



Améliorer la productivité des entreprises appartenant à des femmes

Synthèse des stratégies concluantes et proposition d'un programme de recherche

Arjan de Haan



Améliorer la productivité des entreprises appartenant à des femmes. Synthèse des stratégies concluantes et proposition d'un programme de recherche

Arjan de Haan

2016

Cet article présente une synthèse des mesures dont l'incidence positive sur la productivité des entreprises appartenant à des femmes a été démontrée. Il s'attarde aux avantages économiques découlant de l'autonomisation économique des femmes, aux écarts économiques entre les sexes, aux obstacles sociaux et institutionnels, et aux solutions connues. Cet article a été préparé à l'origine en tant que document d'information pour le Groupe consultatif de haut niveau de l'ONU sur l'autonomisation économique des femmes.

L'article a été financé par le programme Croissance de l'économie et débouchés économiques des femmes (CEDEF). CEDEF est une initiative financée par trois partenaires : le Ministère du développement international du Royaume-Uni, la Fondation William et Flora Hewlett et le Centre de recherches pour le développement international (CRDI).

À propos de l'auteur

Arjan de Haan est chef du programme Emploi et croissance du CRDI depuis cinq ans. Il a mis sur pied CEDEF, un programme financé par de multiples sources. Avant de travailler au CRDI, il a été chargé de cours principal à l'Institut international d'études sociales (International Institute of Social Studies (ISS)), à La Haye, et conseiller en développement social au Ministère du développement international du Royaume-Uni.

À propos de CEDEF

Le programme Croissance de l'économie et débouchés économiques des femmes (CEDEF) a été lancé en 2013. Il a pour but d'inspirer des politiques sociales et économiques susceptibles d'améliorer les conditions de vie des femmes pauvres, tout en favorisant la croissance économique. CEDEF finance 14 projets de recherche, menés dans 50 pays de par le monde.

Coordonnées

Centre de recherches pour le développement international
C.P. 8500, Ottawa (Ontario)
Canada K1G 3H9
Téléphone : (+1) 613-236-6163
Courriel : eg@crdi.ca
www.idrc.ca/fr

PHOTO COUVERTURE : CRDI

Table des matières

Résumé	1
1. Introduction : Les entreprises appartenant à des femmes et l'égalité des sexes	3
2. Perspectives et défis de l'entrepreneuriat féminin	5
2.1 Définir les entreprises appartenant à des femmes	5
2.2 Montée de l'entrepreneuriat féminin et différences régionales	6
2.3 Des entraves constantes et croisées	8
2.4 Les entreprises appartenant à des femmes peuvent-elles croître ?	11
3. Changer le macro-environnement pour favoriser l'autonomisation économique des femmes	13
3.1 Lois et règlements	13
3.2 Le commerce, la facilitation du commerce et l'aide au commerce	14
3.3 Approvisionnement public	16
4. Formation et services	17
4.1 Services financiers	17
4.2 Formation sur les affaires et les services commerciaux	18
4.3 Réseautage	19
4.4 Nouvelles technologies et données	20
5. Créer des liens d'affaires	21
5.1 Investissement porteur d'impact	21
5.2 Autonomiser les femmes dans les chaînes de valeur	22
5.3 Microfranchises	23
5.4 Diversité et inclusivité chez les fournisseurs	24
6. Conclusion : Qu'est-ce qui fonctionne et qu'est-ce qui mérite d'être étudié plus à fond	27
Références	29

Résumé

À l'échelle mondiale, une entreprise enregistrée sur trois appartient à une femme (estimation de l'IFC). Les petites et moyennes entreprises (PME) représentent 80 % des emplois dans le monde, et les femmes ont tendance à être surreprésentées au sein des petites entreprises (souvent informelles), dont elles sont également plus souvent propriétaires. Les taux d'entrepreneuriat chez les femmes sont à la hausse, et l'écart entre les sexes se rétrécit, mais les variations des niveaux d'entrepreneuriat féminin d'une région à l'autre sont très importantes.

Les femmes entrepreneures n'ont pas un accès suffisant aux ressources nécessaires pour développer leur plein potentiel économique. Cet article, préparé initialement pour le Groupe consultatif de haut niveau de l'ONU sur l'autonomisation économique des femmes, fait le point sur ce que nous savons des femmes entrepreneures : les obstacles auxquels elles se heurtent, l'importance des facteurs économiques et socioculturels, les meilleurs soutiens pour les entreprises appartenant à des femmes, et les domaines où se situent les lacunes en matière de connaissances.

Le potentiel de croissance des entreprises appartenant à des femmes

La participation égale des femmes entrepreneures représente un important potentiel de contribution économique supplémentaire. 50 % du potentiel productif des femmes est sous-utilisé, comparativement à 22 % pour les hommes (OIT, 2016). Bien que le comportement des femmes en matière d'emprunt tende à être similaire à celui des hommes, leur accès aux services financiers n'équivaut qu'à 77 % de celui des hommes (McKinsey Global Institute, 2015).

La recherche démontre invariablement que les femmes entrepreneures n'ont pas un accès suffisant aux ressources nécessaires pour développer leur plein potentiel économique. Il existe des disparités dans tous les secteurs et pour tous les types d'entreprises, et elles sont amplifiées dans un contexte de marchés internationaux. 70 % des PME appartenant à des femmes dans les pays en développement sont insuffisamment ou pas du tout servies par les institutions financières. Les entreprises appartenant à des femmes ont un volume de vente plus bas et moins d'actifs, et les entrepreneures ont tendance à être surreprésentées dans les entreprises informelles et de plus petite taille. Elles se retrouvent souvent en trop grand nombre dans des secteurs et des marchés qui semblent saturés et



STEVE EVANS

n'offrent qu'un faible potentiel de profit. L'accès au financement est crucial. L'écart en matière de crédit pour les PME officielles appartenant à des femmes dans l'ensemble des régions représente 30 % de l'écart total en matière de crédit pour les PME, soit environ 280 milliards de dollars (IFC, 2013).

De nombreux éléments portent à croire qu'il existe un « faisceau d'obstacles » pour les femmes – à savoir que celles-ci font face à des obstacles déployés sur de nombreux plans entrecroisés. Ce phénomène a d'importantes répercussions sur la mesure de l'autonomisation économique des femmes, et sur le soutien accordé aux entreprises appartenant à des femmes. L'accroissement de l'activité entrepreneuriale des femmes – et les possibilités de succès des programmes de soutien – ne peuvent être séparés des enjeux plus larges d'égalité des sexes, y compris les responsabilités qui incombent aux femmes dans l'économie de soins.

Très peu de petites entreprises, qu'elles appartiennent à des hommes ou à des femmes, deviennent de grandes entreprises. Même dans les pays développés, il est difficile de comprendre quel type d'entreprise connaîtra une croissance et pourquoi. On comprend encore moins pourquoi certaines entreprises informelles deviennent officielles alors que d'autres restent dans le secteur informel. Il est encore plus pressant – et plus difficile, si l'on se fie aux études sur la question – de se pencher sur ces questions en ce qui concerne les femmes entrepreneures.

Solutions

Les données probantes sur ce qui permet d'appuyer efficacement les entreprises appartenant à des femmes s'accumulent. Les preuves rigoureuses de l'incidence positive du crédit, de la formation et des programmes de services aux entreprises sont assez robustes. Elles démontrent que :

- Les programmes de formation peuvent fonctionner et avoir une incidence positive sur le comportement d'affaires, mais les impacts sur la croissance à plus long terme ne sont pas faciles à déterminer. Des formations et un mentorat approfondis et sur une plus longue période ont plus de chances d'avoir des effets importants. Les formations ciblant les grosses entreprises pourraient présenter plus de chances de réussite que celles destinées aux petites entreprises.
 - Bien qu'il soit prioritaire de s'attaquer aux obstacles au financement, cette seule variable pourrait ne pas avoir un impact déterminant sur la plupart des entreprises appartenant à des femmes.
 - De même, l'accès à un téléphone cellulaire et à d'autres technologies est une condition de réussite nécessaire, mais non suffisante. Des applications sexospécifiques peuvent s'avérer essentielles – par exemple, pour permettre aux femmes de mieux gérer les besoins en matière d'investissement tant pour l'entreprise que pour le ménage.
 - Les femmes ont besoin de la protection légale qu'offre l'enregistrement de l'entreprise. Les entrepreneures peuvent avoir des réticences à s'enregistrer, soit parce qu'elles souhaitent éviter l'impôt, soit parce qu'elles craignent d'être harcelées par des représentants du gouvernement.
- Différents régimes commerciaux auront différentes répercussions sur les femmes, et des mesures complémentaires sont considérées comme nécessaires pour accroître les avantages de la libéralisation du commerce.
 - L'approvisionnement public représente une part importante du PIB d'un pays, et des initiatives existent pour aider les femmes à y accéder. Les interventions ciblées dans ce domaine ne sont pas rentables d'un point de vue politique. La documentation suggère également la nécessité de mesures complémentaires.

De plus en plus de données indiquent que la création de liens commerciaux est une avenue essentielle pour promouvoir les entreprises appartenant à des femmes.

De plus en plus de données indiquent que la création de liens commerciaux est une avenue essentielle pour promouvoir les entreprises appartenant à des femmes. Les approches axées sur la chaîne de valeur ont donné des résultats positifs, particulièrement pour les petits producteurs ruraux à qui l'on offre la possibilité de commercialiser leur production. De plus, un nombre grandissant de multinationales se sont engagées à collaborer avec des compagnies appartenant à des femmes, et à promouvoir la diversité et l'inclusivité chez leurs fournisseurs. Enfin, l'investissement porteur d'impact offre également de nouvelles avenues pour promouvoir les entreprises appartenant à des femmes, mais les données probantes sur la façon dont des liens commerciaux peuvent être créés pour favoriser la croissance ne sont pas facilement accessibles.

L'accent est mis sur la nécessité d'allier les microinterventions – comme la formation et le mentorat – aux mesures s'attaquant à l'écosystème entrepreneurial et aux obstacles au niveau macro :

- Des études de la Banque mondiale révèlent certaines corrélations entre les obstacles légaux et les rôles économiques des femmes. Il existe de puissantes normes sexospécifiques, par exemple, le besoin de « protéger les femmes » et l'idée qu'il existe des « professions appropriées ».

1 Introduction : Les entreprises appartenant à des femmes et l'égalité des sexes

Bien que de façon générale, on observe une amélioration sur le plan de l'égalité des sexes, des écarts subsistent dans les indicateurs primaires de la santé et de l'éducation. La comparaison des inégalités dans différents domaines, établie à l'occasion du Forum économique mondial (2015), indique que des inégalités politiques et économiques importantes demeurent. Sur le plan économique, les disparités prennent plusieurs formes : les femmes tendent à assumer plus de responsabilités dans l'économie de soins, à avoir des taux d'emploi plus bas, à se concentrer dans des professions moins rémunératrices, et à avoir plus de difficultés à démarrer et à faire croître leurs propres entreprises. On s'inquiète de la possibilité que les écarts économiques entre les sexes s'accroissent dans le contexte actuel de transformation économique (Fox, 2016), y compris avec la commercialisation de la production (Njuki et al., 2011).

La promotion de l'autonomisation économique des femmes s'est accrue au cours de la dernière décennie. Le nombre d'acteurs privés qui s'en font les défenseurs a considérablement augmenté. L'« argument commercial » en faveur de l'égalité des sexes a été établi, notamment dans le *Rapport sur le développement dans le monde 2013*. Le Forum économique mondial (2015) a révélé que la réduction des inégalités entre les sexes allait de pair avec une augmentation de la compétitivité. De même, le McKinsey Global Institute (2015a, b) estime que l'égalité des sexes pourrait aider à faire croître l'économie mondiale de douze mille milliards de dollars d'ici 2025, ce qui se traduirait par une croissance de l'économie indienne, par exemple, de près de 700 milliards de dollars.

Cet article présente une synthèse des données portant sur un aspect spécifique de l'autonomisation économique des femmes : les entreprises appartenant à des femmes, et les façons d'augmenter leur productivité.¹ Nous nous penchons sur la diversité des entreprises appartenant à des femmes dans les pays en développement et leurs avantages économiques,



RUSSELL WATKINS/DFID

ainsi que sur les tendances en la matière. Quels sont les écarts économiques entre les sexes ? Quels sont les obstacles sociaux et institutionnels ? Quelles solutions pouvons-nous dégager ?²

Nous nous concentrons sur les plus petites entreprises. Bien que les entraves liées au sexe jouent également sur les plus grandes entreprises appartenant à des femmes, nous soutenons ici que les enjeux prioritaires en matière de développement et les gains possibles touchent surtout les plus petites entreprises, lesquelles emploient la majorité de la population active des pays en développement et où les femmes sont surreprésentées. Les données indiquent également que les obstacles liés au sexe sont plus importants dans les plus petites entreprises.

Une grande partie des renseignements disponibles ne touchent que les entreprises officiellement enregistrées. Les bases de données comme celle de l'IFC se limitent aux entreprises officiellement enregistrées. Les programmes de diversité et d'inclusivité des fournisseurs des grandes multinationales ne fonctionnent généralement qu'avec des entreprises officiellement enregistrées.

¹ Cet article a été préparé à l'origine pour le Groupe consultatif de haut niveau de l'ONU sur l'autonomisation économique des femmes, chargé de produire des recommandations sur les façons d'améliorer la situation économique des femmes et de promouvoir leur leadership en vue d'une croissance économique durable, inclusive et responsable sur le plan environnemental. Cet article a été préparé grâce à une recension des études ainsi qu'à une consultation d'experts organisée par

le CRDI, WEConnect International et The Urban Institute, qui s'est tenue dans les locaux de l'Urban Institute à Washington DC, le 17 mai 2016.

² De meilleures perspectives de croissance des entreprises sont souvent liées aux progrès accomplis sur d'autres plans de l'autonomisation des femmes – y compris l'épanouissement des capacités humaines, l'obtention d'une voix et l'organisation –, mais ces facteurs ne retiendront pas notre attention ici.

Cet article examine toutefois également les entreprises informelles. Les données du programme de Global Entrepreneurship Monitor (GEM) ne se limitent pas nécessairement aux entreprises officielles. Les évaluations des programmes de formation ne précisent pas toujours si elles visent des entreprises officiellement enregistrées. De fait, une partie du travail se concentre sur les voies d'officialisation des entreprises. Enfin, il serait faux de croire qu'un statut officiel entraîne nécessairement un potentiel de croissance.

L'article est structuré de la façon suivante. La section 2 présente ce que nous savons de l'entrepreneuriat féminin, sa tendance à la hausse, les différences persistantes entre les régions et les pays, la concentration des femmes dans les entreprises informelles où les possibilités de croissance sont plus restreintes, et l'importance du « faisceau d'obstacles ».

L'analyse des entraves met en lumière la nécessité d'examiner des solutions qui touchent une multitude de sphères. Les facteurs macroéconomiques et politiques sont des déterminants clés des perspectives économiques qui s'offrent aux femmes. L'importance de ces facteurs, qui sont à la source de discriminations envers les femmes ou d'obstacles qui nuisent à leurs efforts pour mettre sur pied ou faire croître des entreprises, a été clairement démontrée. La section 3 décrit ainsi les obstacles et les possibilités d'amélioration dans les domaines légal et commercial ainsi que de l'approvisionnement public.

La section 4 se concentre sur ce que nous savons à propos du soutien direct aux entreprises appartenant à des femmes. Il s'agit d'un domaine dans lequel de plus en plus de données rigoureuses (issues d'évaluations de l'impact avec comparateur) sont disponibles. Les recherches indiquent que l'offre de services aux entreprises peut avoir une incidence positive, mais limitée, et il existe moins de données sur la façon dont la croissance de l'entreprise peut être soutenue.

Il est de plus en plus démontré que la croissance d'une entreprise nécessite d'une part de développer les capacités de l'individu et de l'entreprise, mais également de lui offrir des débouchés commerciaux. La section 5 aborde l'intérêt croissant des grandes compagnies privées à l'égard de l'intégration d'entreprises appartenant à des femmes à leur chaîne de valeur, et leur expérience grandissante dans ce domaine.

La section 6 conclut l'article, soulignant les domaines qui sont généralement bien connus et documentés, et ceux où l'on observe des lacunes sur le plan de l'information et des données.

2 Perspectives et défis de l'entrepreneuriat féminin

Grâce aux données accessibles à l'échelle mondiale, nous connaissons le potentiel du soutien accordé aux entreprises appartenant à des femmes ainsi que les défis qui s'y rattachent, principalement grâce aux ressources de l'IFC, du GEM et de l'OIT. Ces données nous permettent d'évaluer le nombre et la taille des entreprises appartenant à des femmes. Comme il faut s'y attendre, nous constatons toujours d'importantes lacunes, particulièrement dans les pays en développement.³ Non seulement ces manques nuisent-ils aux efforts d'analyse, mais ils limitent également l'efficacité des politiques publiques et privées en faveur de l'autonomisation des femmes. Cette section offre une synthèse des tendances mondiales en matière d'entrepreneuriat féminin et des vastes différences entre les régions. Elle examine les désavantages que doivent affronter les femmes, presque partout sur la planète, et cerne les domaines qui semblent présenter les meilleures perspectives de croissance.

2.1. Définir les entreprises appartenant à des femmes

Les définitions de ce qui constitue ou non une entreprise appartenant à des femmes sont importantes. Bien qu'elles varient d'un pays à l'autre, il est important qu'elles mettent l'accent sur la propriété et le contrôle de l'entreprise par des femmes, afin d'éviter de compter les mesures symboliques ou les dirigeantes de façade. Comme le souligne le Centre du Commerce International (ITC) dans le cadre d'une réflexion sur l'approvisionnement public, il est essentiel que ces entreprises obtiennent une certification et qu'elles s'enregistrent officiellement (ITC, 2014).

Selon l'IFC, les banques utilisent généralement comme critère le fait qu'une entreprise soit détenue à 51 % ou plus par des femmes (IFC, 2013). L'IFC élargit cette définition :

L'IFC considère qu'une entreprise appartient à des femmes si (a) 51,0 % de l'entreprise (de ses parts) appartient à une ou plusieurs femmes, ou (b) 20,0 % de l'entreprise appartient à une ou plusieurs femmes ET l'entreprise a 1 (une) femme



WORLD BANK/IA HOEL

comme PDG ou directrice de l'exploitation (présidente ou vice-présidente) ainsi qu'un conseil d'administration (CA) formé à 30,0 % ou plus de femmes, le cas échéant (IFC, non daté).

La définition utilisée par WEConnect International est plus complète et est considérée comme la norme universelle par les gouvernements et les sociétés engagés à l'égard de la diversité et de l'inclusivité de leurs fournisseurs. Pour qu'une compagnie soit certifiée comme « entreprise appartenant à des femmes », elle doit répondre aux critères suivants :

- qu'elle soit détenue à 51 % par une ou plusieurs femmes;
- que le contrôle quotidien et à long terme ainsi que la gestion de l'entreprise soient assurés par une ou plusieurs femmes;
- que des femmes participent par du capital ou de l'expertise;
- que l'entreprise fonctionne de façon indépendante d'autres entreprises non certifiées (c'est-à-dire que les compagnies intermédiaires ou les représentants commerciaux ne sont pas admissibles).⁴

³ Aidis et al. (2015) soulignent que des données de recensement d'entreprises selon le sexe ne sont disponibles que pour 6 des 31 pays apparaissant à leur tableau de notation (deux de ces pays ont une politique d'approvisionnement sexospécifique : les États-Unis et l'Afrique du Sud).

⁴ Le processus de certification à WEConnect International (2016); [Http://weconnect-international.org/en/getcertified](http://weconnect-international.org/en/getcertified)

Une bonne partie de nos connaissances sur les entreprises appartenant à des femmes proviennent des données du GEM. L'enquête auprès de la population adulte réalisée dans le cadre du GEM mesure le niveau et la nature des activités entrepreneuriales menées dans le monde par des particuliers, ce qui permet une distinction claire entre les sexes. Elle mesure ces éléments à différentes étapes, partant de la découverte d'une occasion en passant par les premières étapes de la mise sur pied d'une entreprise, l'entretien d'une petite entreprise, puis son expansion. De plus, l'enquête nationale auprès des experts du GEM évalue les facteurs qui sont soupçonnés d'avoir une incidence importante sur l'entrepreneuriat. Elle est menée auprès d'« experts » choisis dans chaque pays. Elle représente un complément aux enquêtes sur le climat d'affaires.

« Plus de 200 millions d'entrepreneures démarrent ou gèrent de nouvelles entreprises dans 83 économies dans le monde. 128 millions d'autres gèrent des entreprises établies. » (GEM, 2015).

Bien que le GEM se concentre sur les entrepreneures elles-mêmes, grâce aux renseignements de plus en plus nombreux à l'échelle mondiale sur les motivations et les aspirations des femmes, il existe aussi de plus en plus de données au niveau de l'entreprise. L'étude de référence sur les PME et les PME appartenant à des femmes de l'IFC, menée en 2011, nous indique la part des PME appartenant à des femmes qui est financée par des banques clientes de l'IFC, ce qui permet d'analyser les caractéristiques opérationnelles et financières des entreprises. Ces données nous montrent, par exemple, que les entreprises appartenant à des femmes emploient un nombre d'employés similaire à celles appartenant à des hommes, mais que leurs ventes et leurs actifs sont moins élevés que ceux des hommes.

La plupart des entrepreneures du secteur informel tendent à subir les inconvénients qui s'y rattachent.

L'OIT fournit des données sur un éventail plus vaste d'entreprises, et inclut celles du secteur informel. Ces données montrent que les femmes tendent à être largement surreprésentées dans les entreprises plus petites et informelles (OIT, 2015, 2016). À l'échelle mondiale, environ la moitié des travailleurs et des travailleuses sont travailleurs autonomes. Ce taux est plus élevé dans les pays en développement, et il augmente. La catégorie des travailleurs autonomes est hétérogène et comprend des employeurs, des travailleurs à leur compte (travailleurs autonomes) et des travailleurs familiaux non payés

– les femmes étant surreprésentées dans ces deux dernières catégories (ONU, 2015). La plupart de ces femmes oeuvrent dans le petit commerce, l'industrie légère et les services, et travaillent dans des espaces publics, à l'extérieur du foyer. Les entreprises informelles appartenant à des femmes ont tendance à faire face à plus d'obstacles – y compris légaux – que les entreprises officielles. Bien que le fait de rester informel soit parfois perçu comme une façon d'éviter la législation et l'imposition, la plupart des entrepreneures du secteur informel tendent aussi à subir les inconvénients qui s'y rattachent.⁵

Comme les entreprises appartenant à des femmes tendent à être plus petites que celles des hommes, et plus souvent informelles, la collecte de données à leur sujet demeure biaisée et les connaissances à leur sujet sont limitées. Comme environ 80 % des emplois dans le monde sont concentrés dans des micros, petites et moyennes entreprises (MPME), le besoin de meilleures données est criant. Il apparaît également important de trouver des façons de comparer les résultats des différentes bases de données, de croiser les données de la Banque mondiale et de l'IFC sur les entreprises (officielles) avec celles de l'OIT et de WIEGO sur les travailleurs autonomes, et celles du GEM sur l'entrepreneuriat.

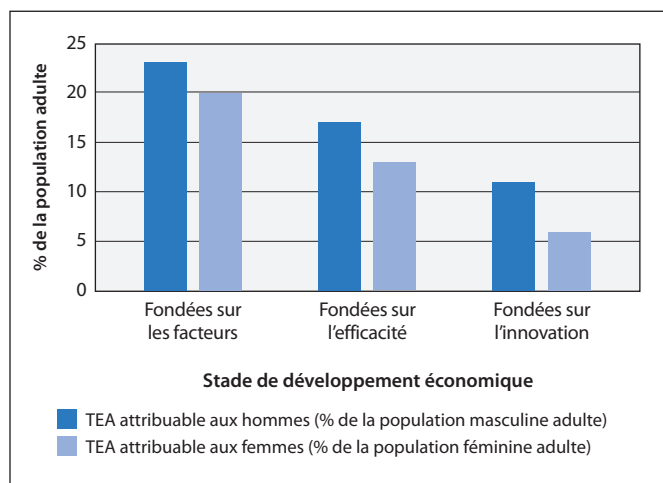
2.2. Montée de l'entrepreneuriat féminin et différences régionales

À l'échelle mondiale, un nombre grandissant de femmes démarrent et gèrent des entreprises. Selon les données du GEM touchant 61 économies, l'activité entrepreneuriale des femmes – calculée selon l'activité entrepreneuriale totale émergente (TEA) – a augmenté de 7 % entre 2012 et 2014 (GEM, 2015). Cette croissance a permis de réduire l'écart entre les sexes de 6 %, bien que cet écart demeure entre 7 % et 10 % en ce qui concerne l'activité entrepreneuriale au stade précoce. Les niveaux d'entrepreneuriat semblent plus élevés lorsque la participation des femmes à la main-d'œuvre est plus importante. Les femmes sont de mieux en mieux éduquées, avec des taux de diplomation de niveau secondaire similaires à ceux des hommes, et elles sont tout aussi motivées que les hommes par les occasions d'affaires. On observe un sens important de l'innovation chez les femmes (particulièrement les jeunes), et elles développent souvent de nouveaux produits.

Selon les données de l'IFC, une entreprise (officielle) sur trois (parmi les PME) appartient officiellement à une femme, et il n'y a pas de différence entre les entreprises appartenant à des femmes ou à des hommes en ce qui a trait au nombre d'employés. Il existe toutefois des différences quant aux ventes

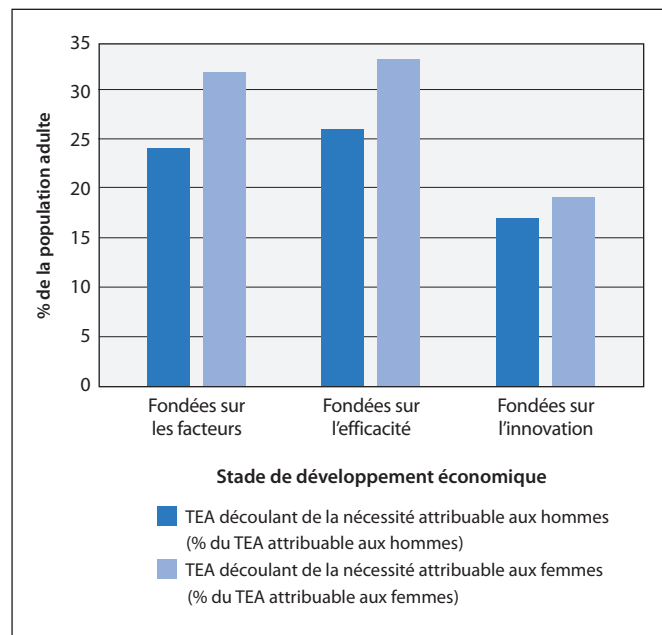
⁵ Marty Chen, à la réunion d'experts du Urban Institute, le 17 mai 2016.

Graphique 1. Phases de développement moyennes dans 60 économies – activité entrepreneuriale totale (TEA)



Source : GEM (2015)

Graphique 2. Phases de développement moyennes dans 60 économies – TEA découlant de la nécessité



Source : GEM (2015)

et aux actifs. Comme il a été mentionné plus haut, les femmes sont surreprésentées dans les plus petites entreprises et dans les entreprises informelles. Selon les données de l'ITC (2015), une société commerciale sur cinq appartient à des femmes ou est gérée par des femmes.

Malgré la croissance des activités entrepreneuriales féminines dans le monde, d'importantes différences persistent entre les pays en ce qui a trait aux écarts entre les sexes. Parmi les 83 économies étudiées par le GEM, on observe des différences considérables quant à la part du TEA attribuable aux femmes : elle varie d'un sommet de 41 % au Nigeria et en Zambie à un creux de 2 % au Suriname et au Japon. Les données de l'enquête sur les entreprises de la Banque mondiale montrent que 25 % des plus de 3 000 entreprises de l'échantillon ont une femme comme propriétaire, un taux qui varie entre 13 % (au Bangladesh) et 56 % (au Zimbabwe) (Amin, 2014).

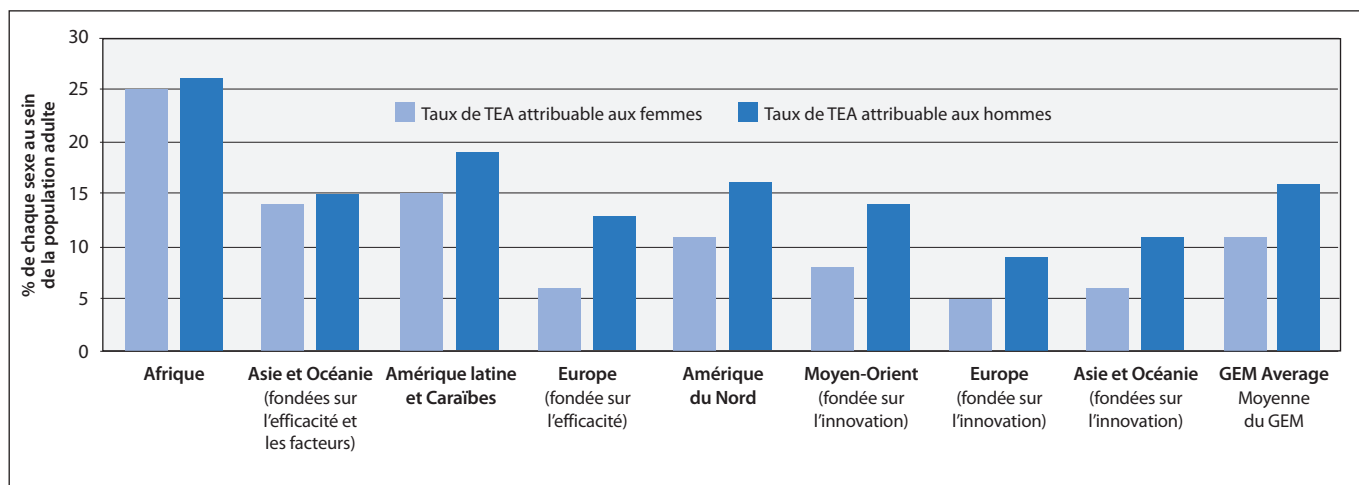
Dans les économies à faible revenu, les taux élevés d'entrepreneuriat s'expliquent par la nécessité plutôt que par les perspectives de croissance. Dans les pays en développement, où les taux d'entrepreneuriat sont élevés, peu de compagnies connaissent une croissance et encore moins appartiennent à des femmes. Les écarts entre les sexes en matière d'activités de

démarrage sont plus importants dans les pays à revenu intermédiaire, et plus restreints dans les pays à faible revenu (Naudé and Minniti, 2011). Le graphique 1 montre la diminution du TEA et l'augmentation des écarts entre les sexes alors que les économies passent d'économies fondées sur les facteurs à des économies fondées sur l'innovation (avec de plus grandes compagnies et de meilleures occasions d'emploi).

Le second graphique nous fournit une explication partielle de cette corrélation. Les femmes se lancent dans des activités entrepreneuriales par nécessité plus souvent que les hommes, y compris dans les économies fondées sur l'innovation. Le GEM (2015) fait état de très hauts taux d'innovation attribuables aux femmes entrepreneures dans les économies fondées sur l'innovation.

Les écarts entre les activités entrepreneuriales féminines et masculines sont très variables selon les régions. Ils semblent être en corrélation avec les variations régionales de la participation des femmes à la main d'œuvre. Ces différences s'expliqueraient donc en bonne partie par des facteurs environnementaux plus larges. Les obstacles que rencontrent les femmes dans le démarrage et la croissance de leurs entreprises peuvent être les mêmes que celles entravant plus généralement l'autonomisation des

Graphique 3. Taux moyens d'activité entrepreneuriale totale (TEA) par région et sexe



Source : GEM (2015)

femmes. Certains éléments portent à croire que dans les pays où un nombre relativement faible de femmes démarrent leur entreprise, le taux de participation des femmes à la main-d'œuvre est également peu élevé. Ces deux éléments pourraient être liés aux obstacles à la mobilité des femmes et aux normes entourant le travail des femmes à l'extérieur du foyer.⁶

Les plus petits écarts entre les sexes en matière d'activités entrepreneuriales se retrouvent en Asie, en Amérique latine et dans les pays africains. En Afrique, le taux de participation des femmes à des activités entrepreneuriales est plus élevé que dans toute autre région, la moitié des entreprises non agricoles y étant la propriété de femmes (Hallward-Driemeier, 2011). Cette situation peut s'expliquer en partie par le nombre élevé d'entreprises fondées sur la nécessité qu'on y retrouve. Certaines études (Campos et al., 2015b, Demirguc and Klapper, 2012) indiquent toutefois qu'il existe peu d'écart entre les sexes en Afrique (ou plutôt, dans certaines de ses régions) en matière d'accès aux services financiers. Les données du GEM mettent en lumière le fait que les hauts taux de TEA sont attribuables au grand nombre de femmes démarrant leur entreprise.

Les écarts entre les sexes sont importants dans les économies (plus riches) de l'Europe (bien qu'ils aient diminué entre 2012 et 2014) et au Moyen-Orient (particulièrement en Turquie). Ce dernier cas n'est pas le résultat d'efforts insuffisants : malgré de solides intentions de démarrer une entreprise, relativement peu de femmes au Moyen-Orient y parviennent, même en situation de nécessité.

2.3. Des entraves constantes et croisées

Malgré les taux croissants d'entrepreneuriat féminin et de scolarisation, les entreprises appartenant à des femmes sont encore presque uniformément désavantagées. Il existe une somme croissante d'études expliquant les différences sexospécifiques liées à l'entrepreneuriat ainsi qu'au démarrage et à la croissance d'entreprises, et les raisons pour lesquelles ces différences varient d'un pays et d'une région à l'autre.⁷ Les données suivantes illustrent les principales différences :

Les femmes ont tendance à être propriétaires d'entreprises relativement petites, sans enregistrement et présentant des perspectives de croissance plus limitées.

Taille : Les femmes ont tendance à être propriétaires d'entreprises relativement petites. Bardasi et al. (2011) ont montré d'importants écarts entre les tailles des entreprises en Europe et en Asie centrale, en Amérique latine et en Afrique subsaharienne. Bardasi, Sabarwal et Terrell (2011) montrent que les entreprises appartenant à des femmes en Afrique subsaharienne ont un volume de ventes de 31 % inférieur à celui des entreprises appartenant à des hommes. Bruhn (2009) a montré que les entreprises appartenant à des femmes en Amérique latine ont tendance à être plus petites que celles appartenant à des hommes en ce qui a trait aux ventes et au nombre d'employés, et qu'elles génèrent également des profits moins élevés.

⁶ Hanmer et Klugman (2016) ont analysé les données issues de l'Enquête démographique et de santé sur 29 pays et ont trouvé que les indicateurs d'autonomisation des femmes sont généralement meilleurs dans les pays à plus haut revenu, et dans les ménages plus aisés, mais que cette corrélation n'est plus valable lorsqu'il est question de limitation des déplacements.

⁷ Pour un survol, on peut consulter entre autres Naudé et Minniti (2011), Klapper et Parker (2011), la Banque mondiale (2012), Vossenberg (2016), Campos et Gassier (2016).

Secteur : Les femmes ont tendance à être concentrées dans certains secteurs, souvent moins gratifiants, sans enregistrement et présentant des perspectives de croissance plus limitées (Bardasi et al., 2011, ILO, 2015). Près de quatre femmes sur cinq travaillant à l'extérieur de la ferme au Zimbabwe fabriquaient de la bière, alors que les hommes étaient forgerons, briquetiers et constructeurs. Le revenu annuel de ceux-ci était au moins sept fois plus élevé que celui des femmes (Scott, 1995). Le nombre d'entreprises appartenant à des femmes dans les secteurs de la haute technologie – et leur accès au financement requis – tend à être limité.

Le secteur d'une entreprise est souvent un déterminant important des différences entre les sexes observables en matière de rendement et de croissance.⁸ Hundley (2001) a montré que la concentration des femmes dans le secteur des services personnels expliquerait jusqu'à 14 % de la différence entre les revenus des travailleurs autonomes des deux sexes. Les raisons de cette concentration sont complexes et peuvent être liées à la combinaison d'un manque d'information, de compétences (souvent non spécialisées) et d'un engagement à long terme ainsi qu'aux normes sociales.

Productivité et croissance : Les entreprises appartenant à des femmes ont tendance à avoir de moins bons rendements que celles des hommes, et les écarts de productivité et de croissance demeurent importants, même dans les pays plus riches.⁹ La valeur ajoutée par travailleur est de 6 à 35 % inférieure dans les entreprises appartenant à des femmes qu'à celles appartenant à des hommes (Banque mondiale, citée dans Buvinic et FurstNichols, 2014). Les recherches menées en Amérique latine et en Asie ont montré que seule une entreprise sur dix ayant au moins 15 employés y appartient à une femme (Kantis, Angelelli et Koenig, 2005). Hallward-Driemeier (2011) évalue que l'écart entre les sexes en matière de productivité du travail en Afrique est de 6 à 8 %. Rijkers et Costa (2012) ont trouvé qu'en Éthiopie, les entreprises non agricoles appartenant à des hommes sont trois fois plus rentables que celles appartenant à des femmes.

Commerce : Puisqu'il sera question plus loin dans cet article de l'intégration des productrices aux marchés mondiaux, il est utile de présenter ce que contient la documentation quant aux obstacles qu'affrontent les femmes dans le commerce.¹⁰ Tout semble indiquer une multiplication des entraves. Les normes

socioculturelles et les obstacles légaux se répercutent dans la réglementation économique. Les femmes ne bénéficient pas d'un accès adéquat à l'éducation, au capital, aux services financiers, à l'information en matière de réglementation et de procédures commerciales, aux liens commerciaux, etc. Leurs responsabilités en matière de soins et les contraintes de temps que celles-ci représentent bloquent leur accès aux activités de commerce international.

Le **manque d'accès** se fait sentir dans un vaste éventail de facteurs et de sphères :

- Bien que les écarts en matière de scolarisation se résorbent, ils subsistent dans de nombreuses régions du monde. De plus, les compétences et la formation en commerce ont tendance à cibler les hommes (Hallward-Driemeier, 2013).
- L'accès aux ressources productives comme la terre, les services financiers et le crédit. Les types et les technologies d'accès aux produits financiers peuvent être déterminants du point de vue de l'égalité des sexes, dans la mesure où l'utilisation de l'épargne peut être différente entre les hommes et les femmes (O'Sullivan, 2016 : 24 et suiv.).
- Les lacunes en matière de droits officiels et d'accès à la justice (abordés aussi plus loin). La violence sexospécifique peut également représenter une entrave à l'entrepreneuriat¹¹, ce qui illustre le rôle essentiel d'une politique plus générale sur l'égalité des sexes.
- Les coutumes restreignant la capacité des femmes à gérer une propriété, à faire des affaires ou à voyager sans le consentement du mari.
- Les réseaux des femmes sont souvent différents de ceux des hommes. Les femmes sont moins souvent membres de réseaux et d'associations d'affaires que les hommes.
- L'enregistrement des entreprises peut contribuer à faciliter l'établissement de pratiques commerciales de base, mais les preuves de son effet sur l'amélioration de la productivité sont limitées (Campos et al., 2015c).
- Sur l'ensemble des entrepreneurs états-uniens ayant obtenu du capital de risque, seuls 8 % étaient des femmes, et celles-ci ont reçu moins de 2 % de l'ensemble du financement.¹²

⁸ Hallward-Driemeier (2011), Bardasi, Sabarwal et Terrell (2011), Rijkers et Costa (2012), Mel, McKenzie et Woodruff (2009).

⁹ Klapper et Parker (2011), Nagler et Naudé (2014), Fondation de l'ONU et ExxonMobil (2014).

¹⁰ Cette conclusion s'appuie sur une revue de la documentation effectuée par le Governance and Social Development Resource Centre (Pozarny, 2016). Voir aussi ITC (2015 : 89) : dans huit pays ayant fait l'objet de recherches, les femmes détenaient

ou contrôlaient entre 6 et 23 % des sociétés commerciales. Mary Hallward-Driemeier (du Urban Institute, le 17 mai 2016) insiste sur l'iniquité des règles du jeu dans le domaine de la réglementation et des pratiques commerciales.

¹¹ Chakravarty et al (2016) soulignent l'importance des obstacles, y compris les risques de violence sexuelle pour les jeunes femmes en particulier.

¹² Kaufman (2014), TechCrunch (2016), Miller (2016).

Motifs et aspirations : Une somme grandissante d'études se penche sur la question de savoir si les intentions, l'acceptation des risques et les motivations des femmes en matière d'entrepreneuriat diffèrent de celles des hommes. Il n'est pas toujours possible de faire la distinction entre ce qui relève de la personnalité et des caractéristiques subjectives et ce qui relève de questions d'accès.¹³

- Les femmes auraient tendance à avoir de plus hautes attentes en matière de croissance (Naudé et Minniti, 2011).
- Les données du GEM indiquent que les femmes ont tendance à avoir plus peur de l'échec, bien que dans une moindre mesure en Afrique et en Asie du Sud-Est.
- Les entrepreneures des pays en développement sont des entrepreneures à portfolio plutôt qu'en série, puisqu'elles tentent de diversifier leurs sources de revenus et leurs chances de survie.
- Les femmes utilisent l'argent différemment des hommes, une caractéristique qui ressort souvent de la documentation sur la microfinance (Buvinic et FurstNichols, 2014).
- Il semble de plus en plus établi que les femmes prennent des risques de façon plus équilibrée (Kauffman Foundation, 2015; Dalborg et al., 2015).
- La confiance étant importante pour le succès de l'entrepreneuriat, il pourrait y avoir là aussi des différences en fonction du sexe (Orser et Elliot, 2015).
- Les données du GEM (2015) montrent que les taux plus élevés de TEA attribuable aux femmes dans une économie donnée sont associés à la probabilité qu'une femme ait un entrepreneur dans son entourage.

Les rôles plus importants des femmes en matière de soins : les motifs et les choix différents des femmes sont en partie motivés par leur rôle plus important au sein de la famille et de la communauté.

- Les femmes ont tendance à s'appuyer davantage sur leur réseau social personnel, ce qui peut influencer leur accès aux ressources et leurs décisions en matière d'épargne.¹⁴ Elles s'appuient plus que les hommes sur leur famille élargie, qui représente souvent leur principal réseau social. Cette

situation est souvent contraignante, puisque le statut matrimonial des femmes, de même que les biens et les revenus qu'elles ont contribués à leur mariage, peuvent déterminer leurs décisions en matière d'entrepreneuriat.¹⁵

- Les femmes qui sont mariées et ont de jeunes enfants ont tendance à se lancer dans l'entrepreneuriat plutôt que dans le travail salarié, et ont plus de chances d'être entrepreneures que les femmes non mariées, mais elles abandonnent souvent leur entreprise.
- Les femmes ont tendance à augmenter leur participation au travail autonome après la naissance d'un enfant. Le travail autonome peut ainsi représenter une stratégie permettant de réduire le conflit entre le travail rémunéré officiel et la famille, s'il permet à la femme de choisir la quantité et le moment de ses heures de travail.¹⁶
- Une recherche menée au Ghana a montré que les femmes propriétaires d'entreprise engagent une moins grande partie du capital auquel elles ont accès dans leur activité professionnelle que les hommes (Fafchamps, cité dans Campos et Gassier, 2016 : 3).
- Il a été démontré que les obstacles qu'affrontent les entreprises appartenant à des femmes, leur concentration dans certains secteurs et leur emplacement géographique sont influencés par les responsabilités des femmes au sein de leur ménage (Kevane et Wydick, 2001).

Bien que les responsabilités au sein du foyer puissent pousser davantage les femmes (pauvres) à démarrer une petite entreprise, ces mêmes responsabilités ont également tendance à diminuer leurs possibilités de croissance.

Les obstacles qu'affrontent les femmes dans leurs efforts pour percer et faire croître leur entreprise sont le reflet des obstacles qu'elles affrontent dans d'autres domaines. Bien que les plus hauts taux d'entrepreneuriat féminin aient été attribués à de plus importantes barrières à affronter pour entrer sur le marché du travail officiel (Naudé et Minniti, 2011), les différences dans les taux d'entrepreneuriat semblent refléter plus généralement les différences en matière de participation au marché du travail. Elles sont vraisemblablement associées à un éventail d'autres aspects de l'inégalité des sexes, bien qu'il existe des

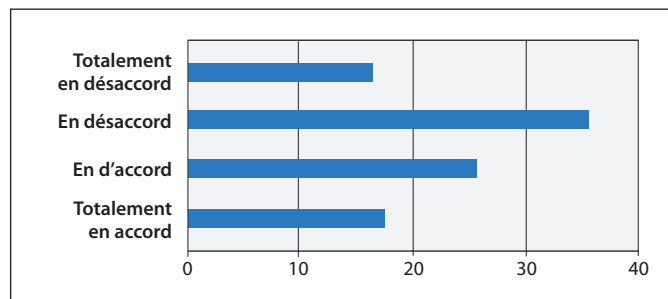
¹³ Croson et Gneezy (2009) et Eckstein et Lifshitz (2011) décrivent le rôle des préférences, et van de Walle (2011 : 5) insiste sur la difficulté de distinguer les choix et les préférences des obstacles.

¹⁴ O'Sullivan (2016) cite des études menées en Afrique par Karlan et al. sur les décisions en matière d'épargne, et par Njuki et Mburo sur le bétail.

¹⁵ Voir Grim et al. (2013) sur les contraintes que représente la famille élargie.

¹⁶ Elizabeth Peters, The Urban Institute, le 17 mai, à partir de données issues de l'Amérique du Nord, du Mexique et de l'Éthiopie. Elle a également relevé que les maris peuvent opposer moins de résistance à un travail autonome qu'à un emploi dans le secteur officiel.

Graphique 4. « Les hommes sont de meilleurs dirigeants d'entreprise que les femmes »



Source : Enquête sur les valeurs mondiales (World Value Survey) 2010-2014 (<http://www.worldvaluessurvey.org/WVSContents.jsp>)

exceptions comme les taux relativement élevés d'entrepreneuriat dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord. Les normes sociales peuvent limiter la mobilité et l'indépendance – probablement un facteur clé dans les bas taux d'activités économiques et entrepreneuriales des femmes en Asie du Sud. Bien que les responsabilités au sein du foyer puissent pousser davantage les femmes (pauvres) à démarrer une petite entreprise, puisqu'il s'agit de leur seule possibilité, ces mêmes responsabilités ont également tendance à diminuer leurs possibilités de croissance.

Les facteurs socioculturels sont souvent cités comme des obstacles pour les entreprises appartenant à des femmes et les femmes entrepreneures – par exemple, les attitudes courantes concernant les rôles des femmes telles qu'elles ont été révélées par l'Enquête sur les valeurs mondiale (voir le graphique plus haut). Trop souvent, ces valeurs demeurent mal définies ou mal analysées. Certaines études empiriques montrent qu'il existe effectivement des différences entre les sexes en ce qui a trait aux attentes et aux perceptions. Bien que d'un côté, les obstacles culturels soient clairs, de l'autre, ils nécessitent encore d'être interprétés soigneusement. Les explications culturelles des taux peu élevés d'entrepreneuriat féminin échouent généralement à expliquer les réussites; d'importantes différences existent au sein d'une même culture. Les politiques ont elles aussi besoin d'être conçues à la lumière d'une bonne compréhension des obstacles « culturels », au risque de renforcer les images négatives.

2.4 Les entreprises appartenant à des femmes peuvent-elles croître ?

Les écarts dans l'accès aux débouchés indiquent que la participation égale des femmes entrepreneures représente un important potentiel de contribution économique (supplémentaire). La Société financière internationale (IFC) estime qu'il existe un écart de crédit de 285 milliards de dollars,¹⁷ et l'OIT (2016) estime que 50 % du potentiel productif des femmes est sous-utilisé, comparativement à 22 % de celui des hommes. Walmart (2016) souligne que malgré de hauts taux d'entrepreneuriat féminin, les entreprises appartenant à des femmes représentent moins de 5 % de la base d'approvisionnement. Si les femmes démarraient des entreprises axées sur la croissance au même rythme que les hommes, les États-Unis bénéficieraient de 15 millions d'emplois supplémentaires, la Chine, de 74 millions, et le Ghana, de 2 millions, par exemple (Aidis et al., 2015).

Les possibilités pour les petites entreprises appartenant à des femmes, y compris – mais sans s'y limiter – dans le secteur informel, sont limitées. Les femmes entrepreneures affrontent des barrières supplémentaires, y compris des systèmes légaux, des lois sur l'héritage, des lois sur la propriété et des lois coutumières discriminatoires, ainsi que des attitudes et des normes sociales qui les empêchent de démarrer de nouvelles entreprises ou de consolider ou développer des entreprises existantes, et de sortir de l'économie informelle. Les femmes entrepreneures ont également des « préférences » ou des expériences personnelles (sexospécifiques) différentes, ce qui a une incidence sur la façon dont elles mènent leurs entreprises, y compris les entreprises de nécessité.

Les femmes entrepreneures affrontent des barrières supplémentaires, y compris des systèmes légaux, des lois sur l'héritage et la propriété, ainsi que des attitudes et des normes sociales qui les empêchent de démarrer de nouvelles entreprises et de sortir de l'économie informelle.

Les connaissances sur les dynamiques d'entreprise sont encore limitées.¹⁸ On en sait moins encore sur la façon dont les femmes entrepreneures réussissent.¹⁹ Il existe quelques études qui laissent entendre que parmi les entrepreneurs qui réussissent, les différences entre hommes et femmes ne sont pas très importantes (bien qu'on observe des différences dans la façon dont sont utilisés les réseaux et les autres formes de soutien).

¹⁷ L'initiative 10,000 Women (2016) : <http://www.goldmansachs.com/citizenship/10000women/about-the-program/capital-for-women-entrepreneurs/index.html>.

¹⁸ Woodruff (2015); Chris Harris, Kauffman Foundation, The Urban Institute, le 17 mai 2016.

¹⁹ Kauffman Foundation (2010), Buvinic et Furst-Nichols (2014 : 24), Ruth Aidis, The Urban Institute, le 17 mai 2016.

Les occasions pour les femmes de faire croître leur entreprise peuvent être fort limitées, et cela est particulièrement vrai pour les petites entreprises de nécessité. Les divers obstacles s'accumulent et se renforcent mutuellement, et il peut être difficile de faire croître une entreprise à moins d'atténuer les obstacles, particulièrement en ce qui a trait aux responsabilités ménagères (Taylor et Pereznieta, 2014).

Bien que les obstacles que rencontrent les femmes soient largement répandus, il existe d'importantes différences dans la façon dont ils se manifestent. Il existe des différences entre les régions et entre les groupes socioéconomiques. Les normes culturelles sont relativement constantes, mais elles peuvent changer avec le temps : les normes sexospécifiques peuvent s'affaiblir, mais

aussi se renforcer, et de nouvelles normes peuvent émerger (dans les nouveaux secteurs des pays de l'OCDE, en raison des nouvelles technologies et des nouveaux modèles de financement,²⁰ de fortes différences sexospécifiques ont refait surface). Il est essentiel de comprendre les obstacles particuliers qu'affrontent les femmes – leurs contraintes de temps, la disponibilité des infrastructures, l'accès aux soins pour les aînés, les congés – pour comprendre leurs rôles en tant qu'entrepreneures, et pour concevoir des interventions pouvant soutenir les femmes entrepreneures, interventions dont nous traitons dans la prochaine section.

²⁰ Center for an Urban Future (2012). Voir Boudet et al. (2012) pour un examen des normes fondé sur la recherche participative.

3 Changer le macro-environnement pour favoriser l'autonomisation économique des femmes

Le contexte économique et les politiques ont une incidence sur les possibilités qui s'offrent aux entreprises appartenant à des femmes. Une analyse de l'indice d'entrepreneuriat et de développement mondiaux (Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI, 2014)) révèle d'importantes différences entre les pays en ce qui a trait aux conditions de développement de l'entrepreneuriat féminin, à savoir le climat d'affaires, l'accès aux ressources, les droits et la présence de femmes dirigeantes. Cette section se concentre sur les lois et les règlements, le commerce, l'approvisionnement et les possibilités qu'offrent ces domaines de politiques pour améliorer les occasions d'affaires pour les entreprises féminines.

Les données sur l'incidence des réformes légales et réglementaires sont limitées. La plupart des données portent sur les obstacles plus généraux auxquels se heurtent les femmes.

3.1 Lois et règlements

Les femmes font face à des lois et des règlements inéquitables dans presque tous les pays. Les travaux de la Banque mondiale (2015) sur les entreprises et la législation constituent une source clé dans ce domaine. Sur 173 économies en 2015, 155 présentaient au moins une barrière empêchant une véritable égalité des sexes. Dans 100 d'entre elles, on notait des restrictions à l'emploi basées sur le sexe, et dans 18 pays, les hommes pouvaient légalement empêcher leur épouse de travailler. Les restrictions les plus communes touchent les demandes de passeport, le fait d'être à la tête du ménage et le choix de l'endroit où vivre; les restrictions touchant l'enregistrement des entreprises, l'ouverture d'un compte bancaire et la signature de contrats sont moins répandues (Banque mondiale, 2015 : 9).²¹

La question des droits légaux est particulièrement pertinente pour les entreprises informelles, dans lesquelles les femmes sont surreprésentées. Les définitions de ce qui est informel



peuvent varier et inclure des dimensions liées à l'absence de dispositions concernant la protection des travailleurs, le fait de ne payer ni taxes ni impôts, de ne pas être enregistré, etc. Comme l'ont montré les travaux de WIEGO²², une entrave fondamentale émerge de l'application du droit criminel et du fait que le secteur informel est perçu comme opérant à l'extérieur du cadre légal. Les petites entreprises peuvent ainsi se trouver à affronter de multiples obstacles. Le fait de ne pas être enregistré complique encore l'obtention de licences, de soutien, etc. (bien que les programmes de formation abordés dans le prochain chapitre n'excluent pas nécessairement les entreprises informelles), rend vulnérable à la confiscation des moyens de production, et laisse les travailleuses également plus vulnérables à l'extorsion.

Les données sur l'incidence des réformes légales et réglementaires sont limitées, et la plupart de celles utilisées dans cette analyse portent sur des enjeux plus larges d'égalité des sexes plutôt que sur les entreprises féminines en particulier.²³

²¹ Le livre blanc sur l'égalité des sexes et les droits de propriété du laboratoire d'innovation consacré aux questions liées à l'égalité des sexes de la Banque mondiale met en lumière les connaissances limitées à ce sujet, et les résultats mitigés des interventions (O'Sullivan, 2016).

²² Marlese van Broembsen, The Urban Institute, le 17 mai 2016.

²³ Les remarques suivantes s'appuient sur la Banque mondiale (2015), O'Sullivan (2016) Taylor et Pereznieta (2014 : section 5.6); voir également DCED 2015, et le site Web du DCED sur les réformes du climat d'affaires et l'autonomisation économique des femmes.

- La Banque mondiale (2015) note des améliorations importantes au cadre légal et réglementaire dans lequel évoluent les femmes – en deux ans, 65 économies ont mené 94 réformes visant à améliorer les possibilités offertes aux femmes –, et laisse entendre une corrélation positive entre de telles réformes et la croissance.
- La réforme du droit de la famille éthiopien réalisée en 2000 a concorde avec une expansion du travail des femmes hors du foyer (dans O'Sullivan, 2016).
- La *Loi sur les successions* de 1981 au Kenya a été associée à un plus grand investissement de capital humain chez les femmes (dans O'Sullivan, 2016).
- La *Loi sur les successions ab intestat* du Ghana, qui modifie les investissements dans l'éducation (selon que les ménages sont matrilineaires ou non) (dans O'Sullivan, 2016).
- Le régime foncier conjoint au Rwanda a engendré des retombées positives relativement importantes pour les ménages dirigés par des femmes (dans O'Sullivan, 2016).
- Une étude des nouvelles lois en matière de propriété et d'héritage au Rwanda (Uwayezu et Mugiraneza, 2011; dans Taylor et Pereznieta, 2014) a démontré que les veuves et les enfants commençaient à obtenir accès aux terres, autrefois accaparées.
- La Banque mondiale et l'IFC (2011; Overseas Development Institute (ODI), 2014) analysent la façon dont les cadres légaux et réglementaires des zones économiques spéciales influencent les taux d'emploi des femmes et leurs droits au travail, dans huit pays. Ces cadres donnent des résultats positifs, par exemple, dans les compagnies kényanes offrant un accès au crédit et facilitant la représentation des travailleuses en leur donnant accès à des comités basés sur le sexe.

Il est courant que des changements au cadre légal ne soient pas mis en pratique ou demeurent sans effet – en partie à cause de la persistance des normes et des attentes culturelles. « Les réformes légales apparaissent comme un pas nécessaire, mais insuffisant pour éliminer l'écart entre les sexes en ce qui touche la propriété, l'utilisation et le contrôle des actifs de production par les femmes » (O'Sullivan, 2016 : 19). L'étude sur les zones économiques spéciales mentionnée plus haut montre que les retombées (positives) sur les femmes demeurent limitées en raison d'entraves légales et culturelles, et que les femmes sont toujours l'objet d'un niveau élevé de harcèlement au travail.

Les données présentées plus bas sur les limites des micro-interventions, dans le contexte d'obstacles créés par des politiques plus globales, indiquent que les réformes des politiques constituent une priorité. Malgré des améliorations, il existe encore de nombreux obstacles explicites, et encore plus d'obstacles implicites, qui touchent spécifiquement les femmes. Cette brève recension souligne la nécessité de travaux supplémentaires sur les obstacles liés aux politiques qui touchent particulièrement les entreprises appartenant à des femmes, et sur la façon dont les réformes doivent être formulées et mises en oeuvre.

3.2 Le commerce, la facilitation du commerce et l'aide au commerce

L'incidence du commerce sur les différents aspects du bien-être et des inégalités a donné lieu à de nombreux débats. Les retombées concrètes peuvent varier, bien sûr, mais elles ne sont pas neutres du point de vue sexospécifique.²⁴ Le commerce et les règlements qui l'encadrent peuvent avoir une incidence sur les possibilités de croissance et d'embauche; les pressions exercées par la concurrence peuvent réduire ou, au contraire, encourager la discrimination et les écarts salariaux, de même qu'elles peuvent abattre ou ériger des barrières empêchant les femmes d'accéder aux ressources et aux services. Les règles du commerce multilatéral peuvent aider ou empêcher l'application par le gouvernement de politiques et de règlements ayant une incidence sur les inégalités entre les sexes.

Un certain nombre d'organismes ont créé des points d'entrée afin de promouvoir les occasions offertes par le commerce²⁵, et la documentation cite une grande diversité d'approches et de points d'entrée. La recherche et les données sur ce qui fonctionne vraiment sont assez limitées, mais la documentation montre l'importance d'améliorer à la fois les capacités des entreprises et des entrepreneurs, tout en apportant des changements aux processus et aux institutions participant au commerce, afin d'améliorer les occasions s'offrant aux entreprises appartenant à des femmes ainsi qu'aux entreprises moins solidement établies.

La documentation sur les réformes commerciales met en lumière le besoin d'une **évaluation des incidences** ex ante sur les accords commerciaux, et la nécessité de mesures visant à promouvoir l'autonomisation des femmes (UNESCO, 2009). Une orientation sexospécifique des politiques, dans le contexte d'une réforme de l'investissement visant l'adaptation aux changements climatiques, permet de dresser la cartographie des processus et de la logistique, et d'obtenir des points de vue

²⁴ UNCTAD, 2004, Klugman et Gamberoni, 2012.

²⁵ Les remarques suivantes s'appuient dans une large mesure sur la revue récente du Governance and Social Development Resource Centre (Pozarny 2016), ainsi que sur les commentaires de Mary Hallward-Driemeier et Vanessa Erogbogbo à la

réunion des experts du Urban Institute, le 17 mai 2016. Les principaux organismes actifs dans ce domaine sont l'ITC (2015), l'ACDI (2003); maintenant Affaires mondiales Canada, l'USAID (2015), la Banque mondiale (voir Higgins, 2012, Simavi et al, 2010), Gamberoni et Guilherme (2011).

sur les obstacles sexospécifiques, au moyen de consultations menées auprès des secteurs public et privé, tout en repérant les partenariats aptes à abattre les obstacles.²⁶ Il est essentiel de disposer de **données désagrégées sur les hommes et les femmes** pour comprendre les incidences potentielles d'une réforme et les occasions qu'elle peut engendrer, et pour suivre les effets des réformes sur chacun des sexes.

Divers points d'entrée sont possibles pour **mettre en oeuvre** des réformes et des ententes commerciales. Il est nécessaire de s'attaquer aux possibles discriminations sexuelles sévissant dans les organisations responsables de la logistique commerciale et dans les systèmes de gestion du risque liés aux inspections (Simavi et al., 2010). La simplification des règlements et des procédures et la transparence peuvent être une bonne façon d'améliorer les occasions offertes aux plus petites entreprises et à celles appartenant à des femmes. Les réformes doivent s'accompagner d'une stratégie de communication visant les femmes entrepreneures. Parmi les priorités, notons la nécessité d'améliorer les capacités des institutions de commerce et d'investissement et des réseaux commerciaux en matière d'autonomisation des femmes, ainsi que la capacité des défenseurs des entrepreneures à s'engager dans des discussions sur le commerce. Quelques exemples du soutien apporté à des entreprises appartenant à des femmes sont présentés dans l'encadré ci-dessous.

Au niveau de l'entreprise, les domaines de soutien à l'accès aux chaînes de valeur reflètent les domaines de soutien en général.

- Les entreprises doivent avoir accès au financement et à des mesures adaptées et flexibles d'accès aux prêts (l'IFC encourage également les entreprises à plus haut risque).
- La formation en affaire (p. ex., la littératie financière, la planification, la gestion, les TIC), un encadrement personnalisé et du soutien pour assurer la conformité avec les procédures du marché sont des mesures ayant fait leurs preuves.
- L'accès à l'information et le respect des procédures internationales, d'enregistrement et de vérification sont des domaines essentiels.

L'amélioration des réseaux est un élément clé de tels programmes de soutien. Il peut s'avérer important de promouvoir l'adhésion des femmes entrepreneures à des associations, et les coopératives peuvent se révéler des intermédiaires incontournables. Certaines organisations peuvent offrir des services à leurs membres en ce qui a trait à la production, aux liens commerciaux et aux partenariats commerciaux. Les nouvelles technologies peuvent être d'une aide précieuse pour améliorer les réseaux et pour réduire le temps à y investir et le temps nécessaire pour accéder à l'information.

Organisations commerciales soutenant les entrepreneures

Depuis 2005, la Société malaisienne pour le développement du commerce extérieur (MATRADE) assure la promotion des exportatrices dans des secteurs non traditionnels. Ses 42 bureaux fournissent de l'encadrement personnalisé, du soutien à la commercialisation des produits et des services, le perfectionnement des compétences, et d'autres services de préparation à l'exportation. MATRADE met en lien des exportatrices avec des institutions financières et d'autres intermédiaires. L'encadrement entrepreneurial est complété par de l'information sur le financement des opérations commerciales, les marchés et le commerce. MATRADE donne des formations aux délégués commerciaux pour lutter contre les barrières culturelles et le sexisme.

Au Pérou, un projet soutenu par le Centre du Commerce International (ITC), « Empowering Peruvian Women Business Enterprises in Alpaca to enter the US market », met des entreprises de vêtements en alpaga appartenant à des femmes en contact avec le marché des États-Unis. Les autorités péruviennes responsables de la promotion des exportations et du commerce extérieur ainsi que la Chambre de commerce américaine

au Pérou participent à cette initiative. Son activité principale consiste à former des femmes sur les exigences du marché. Le projet a également organisé un événement de promotion des exportations visant les entreprises appartenant à des femmes afin de mettre celles-ci en contact avec des acheteurs.

L'ITC a aussi soutenu le programme ACCÈS !, un programme de formation à l'exportation destiné aux femmes entrepreneures. Ce programme a soutenu plus de 2 600 entrepreneures de 19 pays subsahariens depuis 2007. Plus de 70 formateurs experts du commerce d'exportation sont maintenant en mesure de fournir des services-conseils et un mentorat aux entrepreneures. Le programme ACCÈS ! a permis de renforcer les capacités de 20 institutions commerciales nationales. Le Programme de renforcement des capacités commerciales en Afrique cible également les communautés économiques régionales, afin d'assister les petites et moyennes entreprises (PME) et les entreprises appartenant à des femmes, notamment par l'entremise de services de défense des intérêts et de développement, d'occasions de dialogue public-privé et de réseaux de soutien.

Source: Pozny (2016: 6, 9).

²⁶ Simavi et al. (2010 : Module 4); le DCED prépare actuellement des orientations sur la sexospécificité dans le contexte d'une réforme de l'investissement dans l'adaptation aux changements climatiques.

3.3 Approvisionnement public

L'approvisionnement public représente une part importante du PIB d'un pays.²⁷ En Amérique latine, on évalue l'ensemble de ce marché à 750 milliards de dollars, dont environ 1 à 5 % seulement reviennent aux entreprises appartenant à des femmes.²⁸ Les travaux de l'ITC (2014) et d'autres chercheurs présentent une série de changements qui pourraient aider à accroître l'accès des femmes à ce marché, et les manières de promouvoir ces changements. En 2014, l'ITC a lancé une initiative pour accroître la proportion des contrats accordés à des femmes, en insistant sur le fait que des changements aux procédures peuvent changer les choses.

La plupart des expériences visant l'élargissement de l'accès aux marchés publics ont eu lieu en Amérique du Nord et en Afrique du Sud.²⁹ La Small Business Administration des États-Unis facilite l'accès des PME aux contrats fédéraux et surveille le respect par le gouvernement fédéral de son obligation légale d'octroyer 23 % des marchés principaux à des PME. Les groupes de PME socialement et économiquement désavantagés, comme les PME appartenant à des personnes issues de minorités ou à des femmes, bénéficient d'allocations spéciales.³⁰ L'autorité de la concurrence de l'Afrique du Sud accorde une attention particulière aux PME, et l'émancipation économique des Noirs (Black Economic Empowerment) est enchâssée dans sa charte. Le rendement n'a pas été adéquatement évalué.³¹

La documentation sur le sujet donne à penser que les politiques d'approvisionnement doivent combiner diverses approches pour élargir l'accès, notamment :

- les méthodes préférentielles, comme l'ajout du critère d'appartenance de l'entreprise à une femme à l'évaluation des fournisseurs, les commandes réservées à certaines catégories de fournisseurs, ou encore l'assouplissement de l'exigence d'expériences antérieures pour donner plus de chances aux nouvelles venues d'obtenir des contrats;

- l'amélioration de la transparence, c'est-à-dire la diffusion d'avis publics aux soumissionnaires (les approvisionnements du secteur public publiés sur Internet ont bondi de 20 à 70 % en Amérique latine) et l'explication des procédures, ainsi que le fait d'accorder équitablement à toutes les entreprises une chance de soumissionner (certification, inscription, inscription de l'entrepreneur, modèles normalisés, temps de préparation suffisant, présélection);
- l'assistance ciblée pour surmonter les circonstances défavorables, le renforcement des capacités des entreprises, par exemple, la diffusion d'information sur les réussites de ces mesures, particulièrement dans les pays en développement.

Les représentants de l'approvisionnement dans les pays en développement voient des possibilités de concevoir des mesures afin d'améliorer l'accès pour les entreprises appartenant à des femmes (Kirton, 2013). L'utilisation de l'approvisionnement public pour promouvoir l'égalité peut toutefois faire l'objet de contestations et de résistances. La capacité de gérer l'approvisionnement est souvent limitée, les équipes étant petites et décentralisées, et la mise en oeuvre de mesures, quelles qu'elles soient, peut être complexe et coûteuse. Enfin, la transformation des pratiques d'approvisionnement doit sans doute s'accompagner de mesures d'assistance ciblées.

²⁷ Selon l'ITC (2014), les marchés publics représentent 10 à 15 % du PIB des pays développés et 30 % du PIB des pays en développement (ce qui semble élevé).

²⁸ Maria Villanueva, à la réunion d'experts du Urban Institute, le 17 mai 2016.

²⁹ D'après Aidis et coll. (2015 : 18), seuls deux pays (sur les 31 du tableau de notation) ont une politique d'approvisionnement sexospécifique. Kirton (2013) fournit des exemples de mesures commerciales et d'approvisionnement sexospécifiques au Kenya, en Inde, en Australie et en Jamaïque.

³⁰ Chatterji et coll. (2013) montrent les répercussions positives de ces initiatives sur la participation à l'échelle municipale.

³¹ Le critère d'efficacité que les autorités devaient également appliquer réduisait généralement la possibilité de jugements favorables aux PME (Kim Kampel dans Cook et coll.; renseignements fournis par Susan Joeles).

4 Formation et services

Il existe une longue tradition de soutien direct aux petites entreprises dans les pays en développement, et une part importante de ce soutien est destinée aux entreprises appartenant à des femmes. La présente section examine les données probantes sur la réussite de ces formes de soutien. Comme plusieurs interventions combinent diverses formes de soutien, il existe des chevauchements dans les descriptions qui suivent des services financiers, des formations et des services de développement des affaires adaptés aux femmes.

À l'échelle planétaire, l'accès des femmes à un compte de banque, à des prêts et à des services bancaires mobiles correspond à 77 % de celui des hommes (McKinsey Global Institute, 2015).

4.1 Services financiers

Les femmes sont souvent désavantagées en ce qui concerne l'accès aux services d'épargne et d'emprunt. À l'échelle planétaire, l'accès des femmes à un compte de banque, à des prêts et à des services bancaires mobiles correspond à 77 % de celui des hommes (McKinsey Global Institute, 2015). L'accès limité aux prêts nuit non seulement au démarrage des entreprises de femmes, mais aussi à leur croissance.

Depuis longtemps, les services financiers sont considérés comme des instruments essentiels pour soutenir les femmes. Les groupes visés par les services financiers sont notamment les femmes à faible revenu, à qui l'on fournit des prêts non ciblés (selon le modèle classique de Grameen). Ces groupes se composent de femmes à faible revenu travaillant à leur propre compte, pour qui le manque de garanties tend à être une contrainte déterminante (le microcrédit fourni par des institutions officielles leur accorde également une indépendance dans leurs affaires, puisqu'elles n'ont pas à emprunter à la parenté ou à des prêteurs). Enfin, certaines des données sur les programmes



visant les services financiers concernent les entrepreneures de moyenne envergure.

L'amélioration de l'accès au crédit a aidé les entreprises dirigées par des femmes dans les pays en développement.³² Au Malawi, l'accès des femmes au crédit a eu d'importantes répercussions positives sur la participation féminine aux cultures de rapport (Dimova et Gang, à partir de données d'enquêtes menées auprès des ménages; dans DCED, 2015). En Amérique latine, on a constaté que les efforts de promotion des services financiers associés aux transferts d'argent contribuaient à la croissance des petites entreprises (Proyecto Capital³³). Les prêts sont particulièrement efficaces lorsqu'ils sont combinés à des occasions d'épargne pour les femmes. L'épargne peut renforcer le sentiment de propriété personnelle chez les femmes, et peut profiter aux femmes qui sont peu enclines au risque et sont moins à l'aise avec les exigences relatives au remboursement d'un prêt et aux intérêts (Doss et coll., dans DCED, 2015).

³² DCED (2015); Buvinic et Furst-Nichols (2014 : Tableau 1) présentent un sommaire de 13 programmes d'accès au capital.

³³ Accroître l'inclusion financière pour les femmes et les jeunes vulnérables : Proyecto Capital (2015); <https://www.idrc.ca/fr/project/accroitre-linclusion-financiere-pour-les-femmes-et-les-jeunes-vulnerables-proyecto-capital>

Toutefois, la plupart des analyses sur le sujet donnent à penser que les répercussions sont diverses et souvent modestes.³⁴ Buvinic et Furst-Nichols (2014) décrivent des programmes qui ont eu des effets positifs sur les petits entrepreneurs, mais pas sur leur contrepartie féminine. Les auteurs montrent que les données sur les programmes d'épargne sont rares, mais que ces programmes tendent à être plus bénéfiques que les programmes de prêts et de subventions. Chakravarty et coll. (2016 : 22) montrent la variété des répercussions des interventions sur le capital pour les *jeunes* femmes, qui, malgré la hausse des niveaux d'éducation dans les pays en développement, manquent de plusieurs compétences essentielles et souffrent d'un accès limité aux ressources, notamment financières. Gaiha et Kulkarni (dans DCED, 2015) constatent que les effets de la microfinance dépendent des normes sociales et des contextes dans lesquels elle est pratiquée.

De Mel et coll. (2009) constatent que le rendement des capitaux de plusieurs micro-entrepreneurs, surtout des femmes, est négatif. Le groupe des micro-entrepreneures douées qui pourrait tirer profit d'un accès élargi au crédit est assez restreint. De Mel et coll. (2014) mettent l'accent sur le fait que les effets positifs des subventions en argent sont de courte durée, et que l'augmentation de la rentabilité disparaît dès la deuxième année.

Campos et coll. (2015b) soulignent que, dans le contexte africain, les différences entre les sexes en matière d'accès au financement ne sont pas particulièrement importantes. Blattman et coll. (2013) indiquent cependant que, pour les Ougandaises, il est très difficile d'emprunter (et que les transferts d'argent importants ont un effet positif et durable). Il est donc clair que le contexte est un facteur déterminant quant à la possibilité que l'inclusion financière augmente le potentiel de croissance des entreprises appartenant à des femmes.

Les recherches sur les services financiers s'accumulent (les résultats présentés plus haut concernent principalement des programmes visant les petites entreprises), et donnent à penser que les effets sont souvent positifs. Cependant, les effets sont souvent modestes, plus encore pour les femmes et les petites entreprises que pour les hommes et les plus grandes entreprises, et les effets varient, bien entendu, selon les contextes. En outre, plusieurs interventions combinent les services financiers avec les formations sur les affaires et les services commerciaux, sur lesquels nous allons maintenant nous attarder.

4.2 Formation sur les affaires et les services commerciaux

Partout dans le monde, il existe des programmes de formation en commerce très divers pour les petites entreprises, tant sur le plan du contenu que des groupes cibles, de la durée, etc. Certaines formations sont conçues pour répondre à des circonstances précises, à des obstacles socioculturels ou à des contraintes économiques sexospécifiques. Pendant la dernière décennie, un nombre croissant d'études ont fourni des données rigoureuses sur les effets des formations, notamment celles qui s'appuient sur des méthodes expérimentales.³⁵

Les données de suivi des programmes de formation montrent que plusieurs d'entre eux fonctionnent. Par exemple, les cours de formation professionnelle – où sont enseignées des compétences qui seront d'une utilité particulière pour les personnes travaillant à leur compte – ont tendance à avoir des effets positifs, qui sont cependant en partie attribuables au fait que les femmes font généralement des efforts pour devenir des travailleuses autonomes.³⁶ Karlan et Valdivia (2011) ont analysé un programme visant le transfert des pratiques entrepreneuriales (afin de favoriser la survie et la croissance) à l'intention des clientes des services de microfinancement au Pérou, programme ayant mené à plusieurs adaptations des pratiques entrepreneuriales pour se conformer au contenu de la formation, et ayant permis de diminuer le nombre de défauts de paiement des prêts et d'accroître les taux de conservation.³⁷ Une recherche sur la formation donnée par la Self Employed Women's Association souligne l'importance des pairs et des réseaux horizontaux : la formation en compagnie de personnes qui nous ressemblent peut donner de meilleurs résultats (Field et coll., 2015).

Des données plus rigoureuses présentent toutefois un tableau plus mitigé. Plusieurs formations ont de faibles taux d'adhésion et de conservation (McKenzie et Woodruff, 2012), et un taux d'abandon élevé, probablement en raison de l'investissement en temps requis. Karlan et Valdivia (2011) ont constaté que les formations qui amenaient une amélioration des pratiques entrepreneuriales n'avaient pas, en moyenne, d'effet sur le rendement de l'entreprise. L'évaluation d'une formation en commerce pour les hommes et les femmes de régions rurales du Pakistan (Giné et Mansuri, 2014) a montré que la formation permettait d'accroître les connaissances en

³⁴ Campos et coll. (2015b), Demirgüç-Kunt et coll. (2013), Stewart et coll. (2012), Banerjee, et coll., cités dans Taylor et Perezniato (2014), mettent l'accent sur le fait que la microfinance destinée aux femmes élargit l'accès au crédit pour les entreprises, mais n'a pas d'effet en ce qui a trait à la situation sociale, à la santé, au pouvoir de négociation des femmes et à l'autonomisation économique des femmes au sens large.

³⁵ McKenzie et Woodruff (2014), Bandiera et coll. (2014), Buvinic et Furst-Nichols (2014 : 11 et suiv.), Cirerár et coll. (2014), UNFoundation et ExxonMobil (2014; le tableau 3 compare la rentabilité des programmes), Cho et Honorati (2013), Piza et coll. (2016; qui comporte peu de données sur les femmes). La méthode d'autosélection pour participer à ces programmes est un facteur qui a complexifié

ces études. Cependant, d'une certaine manière, ce problème d'évaluation souligne une préoccupation importante au sujet de la formation et des services.

³⁶ Taylor et Perezniato (2014). L'association de ces formations sur des compétences particulières avec des formations sur les compétences essentielles dans la vie courante tend à amplifier l'incidence sur l'autonomisation.

³⁷ Giné et Mansuri (2014) ont constaté que ces interventions étaient profitables pour les prêteurs, puisqu'elles augmentaient le nombre de gros prêts accordés sans accroître les taux de défaut de paiement ou la charge de travail des responsables. Dans le cas de la formation analysée par Karlan et Valdivia (2011), les avantages pour le prêteur concernaient la diminution des taux de défaut de paiement et l'augmentation des taux de conservation.

commerce et d'améliorer les pratiques entrepreneuriales, mais pas les ventes ni les profits de l'entreprise – les résultats positifs de l'étude ne touchaient que les hommes, bien que les femmes aient aussi accru leurs connaissances en commerce. Certaines études montrent que l'incidence de la formation en commerce est plus importante pour les grandes entreprises que pour les petites (Buvinic et FurstNicols, 2014 : 13, Karlan et Valdivia, 2012).

De plus, la recherche indique qu'il peut être important d'assurer un soutien et une assistance technique à plus long terme et de manière plus continue, tant pour les hommes que pour les femmes. Les services-conseils en gestion pour les PME ont obtenu des résultats positifs à Puebla, au Mexique, selon Bruhn, Karlan et Schoar (2012) : la productivité a augmenté un à quatre mois après la fin de l'intervention et une hausse de l'emploi et des salaires a été constatée jusqu'à trois ans après la fin de l'intervention. De telles interventions sont susceptibles d'être plus coûteuses (l'absence de données sur les coûts dans les études et l'article de synthèse complique l'évaluation de cet élément).

Nous ne savons donc que très peu de choses sur l'incidence – au sens strict – de la formation et des services. Les effets varient de manière considérable et, bien que positifs, ils sont relativement modestes. En outre, il n'y a guère de données probantes indiquant une croissance des entreprises. Les programmes plus intensifs et coûteux ont vraisemblablement des répercussions plus importantes.

4.3 Réseautage

Les réseaux sont essentiels pour toutes les entreprises et pour la réussite en général. Les réseaux « verticaux » peuvent être déterminants pour accéder aux marchés, car ils permettent un échange de renseignements et de ressources efficace et rentable. Certaines données probantes indiquent que la participation à des réseaux informels profite aux entreprises, qu'elles appartiennent à des hommes ou à des femmes (Fondation pour l'Asie, 2013, USAID, 2015). Les réseaux de femmes ont tendance à être plus petits et plus personnels que ceux des hommes (O'Sullivan, 2016 : 14). Les réseaux informels de femmes sont solides mais, comme nous l'avons vu plus haut, peuvent aussi être limités.

Une étude de la Fondation pour l'Asie (2013) menée en Asie du Sud-Est a constaté que la participation à des associations d'entrepreneurs était corrélée de manière importante à des

gains pour les entreprises dirigées par des femmes (augmentation de 24 % des plans d'expansion). Toutefois, un pourcentage relativement élevé de femmes propriétaires d'entreprise n'interagissent jamais avec les associations d'entrepreneurs. Dans le cas des femmes, la participation à des associations d'entrepreneurs a également été corrélée à la taille plus importante de l'entreprise.

Il peut donc être important de soutenir les réseaux, même si de nombreuses organisations en font déjà la promotion et ont déjà intégré cette priorité à leur mission. L'USAID soulignait en 2015 que les réseaux de soutien formels et informels offraient la possibilité de : partager des renseignements, notamment sur les occasions; tirer avantage des occasions de mentorat;³⁸ mettre ses ressources en commun, tirer profit de ses actifs partagés et déterminer conjointement les occasions; promouvoir auprès des décideurs et autres figures d'autorité nos intérêts communs; établir des partenariats commerciaux transfrontaliers. Une étude d'Oxfam (Baden, 2013) souligne l'importance de l'action collective des femmes, dans le contexte de l'agriculture à petite échelle, et montre les avantages (revenus, accès au crédit, accès à des renseignements sur le marché) de faire partie d'un groupe. Les coopératives et organismes commerciaux insistent sur l'importance d'un soutien professionnel pour tirer avantage des débouchés.³⁹

Grâce à la montée des organisations caritatives et à la mobilisation des défenseurs de l'entrepreneuriat féminin, un ensemble relativement nouveau de programmes de mentorat a été élaboré. La Fondation Cherie Blair, par exemple, insiste fortement sur l'importance du soutien donné aux entrepreneures sous la forme d'un mentorat général portant sur divers aspects comme les outils, les compétences et les technologies.⁴⁰ Women on Wings, une entreprise sociale danoise fournissant des conseils aux entreprises sociales indiennes qui embauchent des femmes de l'Inde rurale et bénéficient d'occasions de croissance, souhaite créer un million d'emplois pour les femmes de l'Inde rurale d'ici 2018.⁴¹

Comme pour les programmes de diversité et d'inclusivité des fournisseurs décrits plus loin, ces programmes créent plus de valeur comparativement aux programmes de formation classiques. Ils mènent à des réussites, mais d'après notre analyse documentaire, il faudrait plus de renseignements et de données de projet pour en tirer des leçons générales dépassant le cadre de chaque projet.

³⁸ Par exemple, les initiatives She Inspires Her (<http://sheinspiresher.com/>) et Going for Growth (<http://www.goingforgrowth.com/>).

³⁹ Marty Chen, The Urban Institute, le 17 mai 2016.

⁴⁰ La Fondation Cherie Blair (<http://www.cherieblairfoundation.org/programmes/mentoring/>); voir le réseau d'entrepreneuriat féminin de Dell (http://theinnovatorsforum.org/sites/default/files/DWEN_RS_2016_Whitepaper.pdf), et un exemple tiré du programme d'Exxon (<http://local.exxonmobil.com/QatarEnglish/PA/>

community_education_weoi.aspx); d'autres initiatives de grandes sociétés sont énumérées ici : <http://www.fortuneconferences.com/most-powerful-women-summit-2014/mentoring/>.

⁴¹ Le site web du Global Sourcing Council (<http://gscouncil.org/new-beginnings-and-prosperity-women-on-wings/>). D'autres exemples d'initiatives lancées par des sociétés comme Unilever pour inciter les groupes de femmes à lancer de petites entreprises (des « microfranchises » comme Projet Shakti) sont décrits plus loin.

4.4 Nouvelles technologies et données

Les écarts entre les sexes quant à l'accès aux nouvelles technologies maintiennent les femmes en état de désavantage. À l'échelle planétaire, l'accès moyen des femmes aux technologies de l'information et de la communication correspond à 84 % de celui des hommes (McKinsey Global Institute, 2015).⁴² En 2010, 300 millions moins de femmes que d'hommes possédaient un téléphone cellulaire.

Malgré ces écarts en matière d'accès, les nouvelles technologies offrent des possibilités aux femmes et aux hommes. Le commerce électronique, par exemple, peut ouvrir une gamme complète de nouvelles possibilités pour les entreprises qui, autrement, n'auraient pas accès aux marchés (Walmart, ITC et DHL soutiennent activement l'expansion de ces débouchés).

Il a été démontré que les nouvelles technologies ont le potentiel d'améliorer les conditions de vie des populations reculées, y compris les femmes (DCED, 2015). Les femmes qui auparavant n'avaient pas accès à un travail rémunéré en raison des contraintes liées à leurs responsabilités familiales, à l'éloignement géographique ou à une mobilité réduite peuvent maintenant diriger une entreprise à domicile. Les téléphones cellulaires permettent de fournir aux productrices d'importants renseignements sur les marchés, et leur donnent la possibilité d'accroître leurs revenus en réduisant les coûts liés aux transactions et la variabilité des prix (voir l'encadré).

Les nouvelles technologies aident les petites entreprises

Une étude de cas réalisée en Inde a évalué comment la téléphonie mobile a aidé à contrecarrer les variations de prix dans les marchés de poissons – passées de 60-70 % à 15 % sur des marchés complets. De façon similaire, une étude menée au Niger a découvert que la téléphonie mobile avait permis de réduire la variabilité des prix de 10 à 16 % dans les marchés de céréales, particulièrement dans les marchés dispersés affligés de mauvaises liaisons routières.

Par le biais de plateformes poste à poste, les femmes peuvent chercher du financement auprès de prêteurs à visée lucrative en ligne. En Inde, Faircent prête aux femmes afin qu'elles puissent investir dans leurs entreprises ou payer pour des dépenses personnelles telles qu'un mariage; on pourrait aussi citer comme exemples Afluente en Amérique latine et Kubo Financiero au Mexique.

Source: UNCTAD (2014), Klapper (2011); also UN Foundation and ExxonMobil (2014: 31).

Lorsque les entreprises s'intègrent dans des chaînes de valeur mondiales ayant des exigences plus élevées quant aux échéances et à la qualité des produits, entre autres, l'utilisation de nouvelles technologies et de données acquiert de l'importance.

Les nouveaux services de crédit numériques peuvent aider à réduire les obstacles au crédit grâce à des services de prêt automatisés (Klapper, 2011). Des algorithmes automatisés peuvent faire le bilan de l'historique des données numériques du demandeur, en ce qui concerne ses transactions financières mobiles, ses achats de données supplémentaires et son utilisation de temps d'antenne, afin d'éclairer la décision relative au prêt. Cela permet d'offrir de plus petits prêts. Des innovations relativement mineures dans les services de crédit peuvent comporter des avantages importants pour les femmes, y compris les dirigeantes de petites entreprises. Une application permettant aux utilisateurs de séparer leurs comptes donne la possibilité aux femmes de garder leur compte secret, dans un contexte où des membres de la famille ont généralement accès à ces renseignements.

Le nombre de pays où de telles innovations ont été introduites reste faible et se restreint à l'Afrique, plus particulièrement au Kenya. Nombre de ces innovations visent les dépenses personnelles, et les taux d'intérêt sont parfois élevés (Klapper, 2011). Alors qu'ils continueront de se développer, notamment grâce au soutien d'organisations internationales, il reste à voir si les services numériques pourront réduire l'écart entre les sexes en matière d'accès au crédit, les femmes étant moins nombreuses que les hommes à posséder les outils technologiques pour utiliser ces services.

Bien entendu, les nouvelles technologies peuvent servir à bien des sautes. De nouveaux obstacles peuvent se présenter à mesure que les anciens sont surmontés, comme le montre par exemple la difficulté pour les femmes d'accéder aux capitaux nécessaires à l'innovation dans les plus hauts échelons du monde entrepreneurial (Kauffman Foundation, 2009). En ce qui a trait aux technologies pour les plus petites entrepreneures, l'accès à un téléphone cellulaire, par exemple, risque d'être une condition nécessaire, bien qu'insuffisante, pour faire croître l'entreprise (Chew, Ilavarasan et Levy, dans DCED, 2015). Parmi les microentrepreneures en milieu urbain qui possèdent un téléphone cellulaire à Chennai, en Inde, l'utilisation du cellulaire à des fins commerciales a accru l'incidence des attentes en matière d'entrepreneuriat, et a été associée à une croissance accrue de la microentreprise. Les entrepreneures de nécessité, avec de faibles attentes en matière d'entrepreneuriat, ne semblaient tirer aucun avantage de l'utilisation d'un téléphone cellulaire.

⁴² D'après une étude du GSMA Development Fund (DCED, 2015). Au Pakistan, 80 % des hommes possédaient un téléphone cellulaire, contre seulement 38 % des

femmes; en Inde, il s'agit de 68 % des hommes contre seulement 31 % des femmes (Scharwatt et Minishetti, dans DCED, 2015).

5 Créer des liens d'affaires

Un nombre grandissant d'acteurs du secteur privé se sont joints aux efforts visant à promouvoir l'autonomisation économique des femmes dans un contexte de développement international. Il y a vingt ans, ce champ était principalement occupé par les gouvernements et la société civile. Des acteurs comme Goldman-Sachs, EY, Dell et bien d'autres jouent maintenant un rôle clé dans l'autonomisation économique des femmes.⁴³ Certains des principaux chefs d'entreprise à l'échelle planétaire ont souscrit aux Principes d'autonomisation des femmes, lesquels fournissent des conseils sur la façon de favoriser l'autonomisation des femmes dans les lieux de travail, sur le marché et dans leurs communautés.

Une enquête du ministère du Développement international du Royaume-Uni « a montré qu'un petit nombre d'entreprises examinent leurs chaînes de valeur sous un angle sexospécifique : alors qu'un tiers des entreprises interrogées recueillent des données sur le nombre d'entreprises appartenant à des femmes dans leurs chaînes de valeur, seuls 15 % se penchent sur la sensibilité de leurs fournisseurs aux différences entre les sexes ou sur leurs politiques en matière d'égalité, et seuls environ 13 % ont des politiques exigeant que les fournisseurs améliorent la situation de leurs employées ».⁴⁴

Les exemples suivants se distinguent du fait que ces initiatives sont principalement l'oeuvre du secteur privé, souvent réalisées grâce à des « facilitateurs » qui aident des gens et des entreprises qui n'auraient autrement pas accès à des fonds d'investissement et à des chaînes de valeur.



5.1 Investissement porteur d'impact

L'investissement porteur d'impact combine des objectifs de rentabilité et de bienfaits sociaux ou environnementaux. D'après le Global Impact Investment Network (GIIN),⁴⁵ les investissements porteurs d'impact sont des investissements faits dans des compagnies, des organisations et des fonds dans l'intention d'obtenir des impacts sociaux et environnementaux mesurables, en plus d'un rendement financier. Ils combinent philanthropie et investissement financier traditionnel, lesquels étaient jusqu'à maintenant jugés incompatibles. On s'attend à ce que cette pratique ait un énorme potentiel de croissance. Il y a lieu de penser que les nouvelles générations seront plus portées à intégrer les enjeux sociaux et environnementaux dans leurs façons d'investir et de faire des affaires, et l'on s'attend à ce que cette génération hérite de grandes fortunes, dont certaines risquent donc de servir à l'investissement porteur d'impact.⁴⁶

⁴³ ICRW et BSR (2016); <http://www.goldmansachs.com/citizenship/10000women/#>.

⁴⁴ Hester le Roux, au cours d'une récente consultation électronique avec Business Fights Poverty.

⁴⁵ The Global Impact Investing Network (2016); <https://thegiin.org/>

⁴⁶ Aux États-Unis, les actifs placés selon des stratégies d'investissement responsable (IR) ont crû de 3,7 en 2012 à 6,6 milliers de milliards de dollars en 2014, et constituent maintenant un sixième de tous les placements sous gestion professionnelle.

L'inégalité entre les sexes dans les chaînes de valeur : un exemple tiré de la production laitière

Le Smallholder Dairy Development Program de Manica, au Mozambique central, fournissait des vaches et une formation à ses bénéficiaires. Il aidait à la création d'une coopérative de producteurs et de centres de collecte du lait. Les ménages choisissaient lesquels de leurs membres allaient participer à la formation : deux tiers des ménages ont inclus une femme parmi leurs deux stagiaires.

Une étude réalisée par l'Institut international de recherche sur l'élevage a montré que le programme avait contribué à une croissance de leurs actifs. La production de lait et les ventes ont connu

une croissance, mais les coûts de production et les heures de travail ont aussi augmenté. Le projet n'a pas modifié la distribution des actifs entre les hommes et les femmes. En particulier, les femmes bénéficiaient d'un droit d'utilisation des biens, mais les hommes en gardaient généralement le contrôle, y compris les produits laitiers (de quantité accrue). Les hommes et les femmes dépensaient aussi leurs revenus de façons différentes, les femmes s'en servant en plus grande partie pour les besoins immédiats du ménage.

Source : Johnson et coll. (2013).

Il existe maintenant toute une gamme d'intermédiaires financiers, y compris des projets de type « investir dans la réussite » comme les « obligations en investissement social » (particulièrement utilisées au Royaume-Uni, le Peterborough Prison Social Impact Bond étant l'exemple le plus cité) et autres « obligations à impact sur le développement ». Ces instruments sont conçus pour mettre à profit le capital privé dans l'intérêt public dans les domaines de la santé, de l'éducation, du logement, de la sécurité, etc. (les investissements verts forment la majeure partie de ces obligations). Parallèlement à cela, il existe un nombre croissant de mécanismes privés et gouvernementaux de soutien aux investissements.

On retrouve peu d'investissements porteurs d'impact dans le domaine de l'autonomisation économique des femmes. Cela est principalement dû au fait qu'il s'agit d'un domaine encore nouveau. Peu d'enseignements ont pu être dégagés, peu de pratiques ont été étudiées, et les paramètres de succès restent, dans une large mesure, difficiles à déterminer et à comparer. Une étude récente de la Banque asiatique de développement (2016) montre que la proportion des initiatives d'investissement porteur d'impact possédant un objectif explicite d'autonomisation économique des femmes était assez mince.⁴⁷ Les obstacles auxquels les compagnies font face lorsqu'elles embauchent des femmes à faible revenu comprennent : les nombreuses responsabilités de celles-ci, les attentes modelées selon le sexe, le manque de droits protégés, et le manque de compétences, notamment l'alphabétisme. Les études de cas suggèrent que les entreprises peuvent réussir lorsqu'elles prennent en compte les contraintes liées au sexe, s'assurent de ne pas imposer aux femmes des tâches considérées socialement inacceptables, et créent des occasions pratiques pour les femmes d'accroître leurs aptitudes.

5.2 Autonomiser les femmes dans les chaînes de valeur

Les chaînes de valeur sont définies comme la séquence complète des activités économiques requises pour amener un produit ou un service de sa conception à sa production, sa transformation, sa mise en marché et sa livraison, jusqu'à sa consommation et son élimination. Comme la production et la consommation ont été mondialisées, de petits producteurs un peu partout sur la planète ont été intégrés dans ces chaînes de valeur.⁴⁸ Les femmes contribuent fortement à ces chaînes, de façon disproportionnelle en tant que petites productrices, souvent avec de faibles rendements et au risque de se retrouver marginalisées en cas de mise à niveau des chaînes de valeur.

Particulièrement dans le domaine de l'agriculture, de plus en plus de recherches démontrent que le développement des chaînes de valeur peut aider à accroître le revenu net des petits producteurs, en associant les agriculteurs à des partenaires commerciaux expérimentés grâce au soutien de facilitateurs⁴⁹ et d'organismes publics. Une étude du ministère des Affaires étrangères des Pays-Bas (2011) décrit comment cela peut aider les agriculteurs, notamment lorsque les améliorations graduelles sont bien organisées et portent sur des produits simples et en vrac. Les organisations locales, notamment de femmes, jouent souvent un rôle important. D'autres études ont aussi montré des résultats positifs (Taylor et Pereznieta, 2014) : les projets de coton équitable ont eu un impact positif sur l'autonomisation économique des femmes, y compris un plus grand contrôle sur leurs revenus, une meilleure représentation des femmes dans les organisations de producteurs, et une plus grande proportion de coton produit par des agricultrices. Quant aux coopératives nicaraguayennes de production de café équitable, elles ont développé un « plus fort sentiment d'autonomie » et leurs prix de vente sont plus élevés que ceux des coopératives classiques.

⁴⁷ Les enquêtes du GIIN (2015) sur l'état de l'investissement porteur d'impact en Afrique ne se sont pas tellement intéressées aux entreprises appartenant à des femmes.

⁴⁸ D'autres efforts importants visent à améliorer les conditions de travail des

employées des chaînes de valeur mondiales des grandes sociétés, efforts inspirés notamment par des désastres comme celui de la Rana Plaza au Bangladesh.

⁴⁹ Voir par exemple CARE (2015), BSR (2015).

Exemple de microfranchise : Project Shakti en Inde

Project Shakti, lancé par Unilever en 2001, cherche à autonomiser les femmes des régions rurales au moyen d'une formation sur l'hygiène et la santé et en leur permettant d'entreprendre des activités rémunératrices. Le modèle s'est répandu à 100 000 villages en moins de dix ans. Les femmes vendent des savons, des shampoings et autres produits de soins personnels par l'entremise de forums sociaux comme des écoles et des réunions de village. Unilever leur fournit des formations sur les pratiques de vente, le commerce et la comptabilité. Le projet soutient également des programmes de sensibilisation du public axés sur la santé et l'hygiène, et diffuse des renseignements à leur sujet par le truchement de stands. Hindustan Lever a aussi forgé des alliances avec des sociétés bancaires et de télécommunications. Après ses débuts en Inde, Shakti a été adapté à d'autres marchés où Unilever travaille, comme le Sri Lanka, le Viet Nam et le Bangladesh, ainsi qu'aux marchés latino-américains et africains.

Pour remédier au manque de revenus et d'accès aux produits de base que connaissent les femmes dans les régions rurales du Bangladesh, CARE a lancé en 2006 un projet pilote, connu plus tard sous le nom de JITA. On a donné à 49 femmes des paniers de produits à vendre à d'autres ménages. Ces produits avaient été fournis par Bata, Unilever et Danone. Le modèle se fonde sur l'existence d'avantages mutuels : revenus pour les vendeuses, accès aux produits pour la population rurale, et une expansion du marché pour les entreprises participantes. JITA opère maintenant en tant qu'entreprise sociale, employant 3500 femmes, dont le revenu a triplé, et fournissant des produits essentiels à deux millions de consommateurs, ce qui suscite un intérêt soutenu du secteur privé. CARE étudie la possibilité d'étendre le modèle à l'Éthiopie, à Haïti, au Kenya et à la Zambie.

Sources : <http://healthmarketinnovations.org/program/projectshakti>; CARE (2015)⁵⁰

Il existe un nombre croissant d'initiatives et d'études sur les moyens de favoriser les petites entreprises dans les chaînes de valeur, et le modèle de « microfranchises » décrit ci-après en est un exemple. Celles-ci sont très prometteuses. Toutefois, les études en soulignent aussi les limites.⁵¹ Le nombre d'agriculteurs – y compris de femmes – qui participent à l'exportation de produits périssables reste faible. Le développement des chaînes de valeur semble offrir le moins d'occasions aux agriculteurs les plus vulnérables (des agricultrices, dans bien des cas), et certains auteurs soulignent la tendance qu'ont les organisations internationales à se concentrer sur les marchés de produits d'exportation à forte valeur.⁵²

Particulièrement dans le domaine de l'agriculture, les projets et les études se concentrent sur les ménages, et il existe un risque que les inégalités entre les sexes au sein de ces ménages soient négligées. En pratique, la participation aux chaînes de valeur et les avantages qui en sont tirés sont inégalement répartis entre les deux sexes.⁵³ L'encadré qui suit décrit un exemple d'initiative visant à accroître le revenu de petits exploitants agricoles dans une chaîne de valeur de produits laitiers durables, et souligne les résultats différents pour les femmes et les hommes au sein des ménages d'agriculteurs.

Ainsi, les contraintes que connaissent les femmes pour participer à la production de produits à plus grande valeur ajoutée tendent à empirer dans le contexte de chaînes de valeur. Pour permettre aux femmes de réussir, d'après Agnes Quisumbing,⁵⁴ une gamme de mesures est nécessaire : un cadre légal, des comptes d'épargne protégés (qui empêchent les hommes d'accaparer le revenu lorsque la production augmente), des transports, des infrastructures pour réduire les contraintes de temps, et des organisations de femmes. Mayoux (2012) propose des méthodes fondées sur la communauté pour réduire les inégalités entre les sexes dans les approches axées sur les chaînes de valeur, en abordant les questions délicates de la violence et de la propriété, et en impliquant les hommes.

5.3 Microfranchises

Les microfranchises, ou réseaux de distribution inclusifs, sont des modèles d'affaires qui servent à la commercialisation de produits et de services (habituellement de grandes entreprises) à valeur sociale (nutrition, hygiène), tout en générant des occasions d'affaires stables et rentables pour des personnes à faible revenu, souvent des femmes.⁵⁵ Il s'agit d'un outil conçu précisément pour aider les entrepreneurs pauvres à atteindre l'autonomie économique, fondé sur la volonté des entreprises

⁵⁰ D'après Parvez Mohammad Asheque, lors de la consultation de Business Fights Poverty, ces projets ont aussi amené d'autres retombées positives : des investissements dans l'éducation, la santé et l'alimentation des enfants, la propriété de petites ressources productives, l'autonomie, et l'obtention par les femmes d'une voix au sein de leur famille et de la société en général.

⁵¹ Wiggins et Keats (2013), qui ont souligné le peu d'attention accordée à la sexospécificité dans les approches axées sur la chaîne de valeur; Endian et Suominen (2014) sur l'aide au commerce, USAID (2009); Rubin et Manfre (2014).

⁵² Un projet de CARE visant à soutenir les petits producteurs laitiers au Bangladesh a échoué parce que l'entreprise commerciale partenaire était incapable de travailler avec de petits producteurs; le projet s'est poursuivi en collaboration avec le Bangladesh Rehabilitation Assistance Committee (BRAC) (CARE, 2015).

⁵³ Voir Barrientos (2013) sur la question du caractère genré des chaînes de valeur en Inde et au Ghana (production de cacao); Tallontire et coll. (2005) soulignent que les codes sociaux du commerce équitable ne suffisent pas pour s'attaquer aux inégalités entre les sexes, à moins que le caractère genré de l'économie ne soit pris en compte.

⁵⁴ Commentaires formulés au Urban Institute, le 17 mai 2016. Elle a aussi souligné qu'il est difficile de produire des données probantes rigoureuses au sujet de toute la chaîne de valeur.

⁵⁵ Voir <http://nextbillion.net/micro-franchising-business-in-a-box/> pour trouver un exemple et une description visant un milieu d'affaires plus avancé que les exemples présentés ici.

d'étendre leurs marchés. Deux exemples bien connus sont décrits dans l'encadré de la page précédente.

Ce qui caractérise cette approche est la participation de divers intervenants : de grandes sociétés, souvent multinationales, et des facilitateurs commerciaux comme CARE (une ONG qui fait la promotion de démarches commerciales depuis longtemps), qui font directement affaire avec des vendeuses. Ces projets offrent aussi de la formation aux vendeurs dans le but de les amener vers le succès, réalisent des études de marché afin de déterminer les occasions d'affaires et la demande pour les produits, et travaillent avec les institutions de microfinancement afin de les aider à concevoir des services financiers appropriés.

Il existe un corpus de recherches encore limité sur ces expériences. Le Fonds multilatéral d'investissement de la Banque interaméricaine de développement a mis à l'essai cette approche, et les résultats sont encourageants.⁵⁶ Dolan et coll. (2012) décrivent l'incidence positive, mais limitée, du programme de ventes en milieu rural de CARE Bangladesh.

5.4 Diversité et inclusivité chez les fournisseurs

Les pratiques commerciales qui favorisent la diversité et l'inclusivité chez les fournisseurs sont de plus en plus populaires aux États-Unis.⁵⁷ Depuis les années 1950, le gouvernement fédéral exige de ses fournisseurs qu'ils aient un programme de diversité des fournisseurs. Même si cela a entraîné beaucoup d'initiatives purement symboliques, de nombreuses grandes entreprises ont maintenant leurs propres initiatives et engagements mondiaux. De grandes sociétés américaines comme Walmart, IBM et Sodexo encouragent activement la diversité et l'inclusivité chez leurs fournisseurs à l'extérieur des États-Unis.

Parmi les raisons principales de la progression de la diversité et de l'inclusivité chez les fournisseurs au-delà des exigences gouvernementales, citons le fait que les entreprises ont un incitatif commercial à anticiper et à répondre aux besoins de leurs clients. La diversité des fournisseurs est maintenant souvent soulignée dans les analyses de rentabilité, l'innovation et le renouvellement des produits rendus possibles par l'approvisionnement auprès d'un ensemble toujours plus vaste de fournisseurs étant présentés comme un avantage. La recherche

montre que tous peuvent y gagner : une étude de The Hackett Group a montré que les entreprises ayant des programmes établis de diversité des fournisseurs, visant les PME et les entreprises appartenant à des gens issus de minorités ethniques, obtenaient un rendement 133 % meilleur sur leurs achats, et que les entreprises faisant affaire avec des fournisseurs plus petits et plus diversifiés dépensaient 20 % moins pour leurs achats.⁵⁸

Ces efforts pourraient représenter annuellement des milliards de dollars en occasions d'affaires pour des groupes traditionnellement marginalisés. Les sociétés qui se sont engagées dans ces efforts consacrent environ 1 % de leurs dépenses totales à l'échelle planétaire à des entreprises appartenant à des femmes, et rapportent maintenant régulièrement leurs dépenses consacrées à des fournisseurs provenant de groupes marginalisés. Après correction, cette citation pourrait être mise en vedette. « Étant donné que les femmes prennent la majorité des décisions d'achat des consommateurs et sont propriétaires d'un tiers de toutes les entreprises privées, les grandes entreprises accordent de plus en plus d'efforts à la diversité et à l'inclusivité des fournisseurs, faisant affaire avec plus d'entreprises appartenant à des femmes dans les pays développés et en voie de développement. »⁵⁹

D'après les praticiens de WEConnect International et Walmart – qui s'est engagé à s'approvisionner pour 20 milliards de dollars sur cinq ans auprès d'entreprises appartenant à des femmes et distribuant leurs produits sur le marché américain – la demande dépasse l'offre connue, particulièrement dans les économies émergentes. Les entreprises peinent à trouver des fournisseurs qualifiés et enregistrés dans les secteurs pertinents (la concentration des femmes dans les secteurs à faible potentiel de rentabilité constitue un autre défi). La découverte et l'éducation de fournisseuses potentielles et leur mise en relation avec des acheteurs qualifiés constituent la principale activité de WEConnect International (voir l'encadré de la page suivante).

De plus, les entreprises ont découvert qu'elles doivent offrir plus d'occasions de perfectionnement aux fournisseurs. Des programmes de mentorat et de formation ont été élaborés par des sociétés comme Accenture et EY pour accroître le potentiel de leurs fournisseurs. Les praticiens soulignent le besoin de mobiliser les gouvernements locaux pour aider à créer un environnement favorable au démarrage et à la croissance

⁵⁶ Pour en apprendre plus sur le projet SCALA; <http://publicwebsite.idrc.ca/EN/Programs/EG/Pages/ProjectDetails.aspx?ProjectNumber=107997>

⁵⁷ DiversityBusiness.com affirme avoir 48 000 membres et 500 000 entreprises clientes. La société estime que les 500 plus grandes « entreprises issues de la diversité » ont des revenus combinés de près de 53 milliards de dollars (la plus grande part de ces revenus se concentrant au sein des plus grandes de ces entreprises).

⁵⁸ The Hackett group ([http://www.thehackettgroup.com/studies/2016/supplier-](http://www.thehackettgroup.com/studies/2016/supplier-diversity/)

<http://www.msduk.org.uk>) et un article de Supply Management (<http://www.cips.org/en/Supply-Management/Opinion/2015/October/Supplier-diversity-offers-so-much-more-than-just-box-ticking/#sthash.sGrr5JVf.dpuf>).

⁵⁹ Un petit pourcentage des chaînes de valeur d'une société accordé à des fournisseurs inclusifs peut équivaloir à des milliards de dollars en occasions d'affaires pour les fournisseuses, les gens qu'elles emploient et les collectivités qu'elles servent (Vazquez et Sherman, 2013).

Surmonter l'écart entre l'offre et la demande dans les approches en matière de diversité grâce à des partenariats stratégiques

WEConnect International est une organisation sans but lucratif mondiale lancée en 2009 par plusieurs des plus grandes entreprises de la planète à la recherche de fournisseuses. Elle représente aujourd'hui plus de mille milliards de dollars US annuellement en pouvoir d'achat. Elle offre aux entrepreneures un accès aux marchés, et les aide à perfectionner leurs aptitudes à vendre leurs produits sur les chaînes de valeur mondiales et à faire croître leurs opérations. Elle applique des normes internationales de certification des entreprises féminines et les intègre à une base de données des fournisseuses interrogeable, qui permet aux acheteurs de plus facilement trouver des fournisseuses à un endroit précis et de remplir leurs objectifs de contenu local ou national et de diversité et d'inclusivité des fournisseurs.

D'après WEConnect, les données sont cruciales pour favoriser les approches de diversité et d'inclusivité des fournisseurs dans les économies émergentes. Elle s'est donc donnée pour tâche d'élaborer une plateforme qui relie efficacement l'offre locale et mondiale à la demande. Un projet pilote financé par le CRDI laisse entrevoir des résultats favorables. En une année, près de 600 entreprises appartenant à des femmes ont été enregistrées. La plateforme a aidé à établir près de 300 relations d'affaires.

Cinquante-sept sociétés ont été enregistrées. Des études de cas montrent que cela peut avoir des effets transformateurs pour les entrepreneures et leurs employés.

The Clinton Global Initiative en est un autre exemple; celle-ci a consacré deux ans à concocter un super-engagement intitulé « Advancing Women-Owned Businesses in New Markets ». Les partenaires cherchaient à créer un mécanisme par lequel découvrir et former des entrepreneures et faire croître leurs entreprises, afin d'en faire des fournisseuses fiables pour les grandes sociétés. Le projet visait à suivre et à mesurer au moins 1,5 milliard de dollars US au total dépensés entre 2013 et 2018 par les sociétés s'étant engagées auprès d'entreprises appartenant à des femmes et installées à l'extérieur des États-Unis. Ces dépenses réelles se sont élevées à plus de 3 milliards de dollars US à la fin de 2014.

Sources : http://weconnectinternational.org/images/WECI_IDRC_IndiaReport_2015.pdf;
<https://www.idrc.ca/fr/article/accroitre-lautonomie-des-entrepreneures-en-inde>;
<https://www.clintonfoundation.org/clinton-global-initiative/commitments/advancing-women-owned-businesses-new-markets>; Rockefeller Foundation (2015); US Chamber of Commerce Foundation (2014).

d'entreprises par des femmes, particulièrement dans les secteurs à forte croissance. L'expérience accumulée et la recherche commandée par Walmart soulignent, encore une fois, les divers obstacles auxquels font face les femmes, y compris le double fardeau, ainsi que les difficultés à faire croître une entreprise.⁶⁰

La diversité et l'inclusivité des fournisseurs visent explicitement les entreprises officiellement enregistrées et axées sur la croissance. Les travailleurs et les entreprises informelles peuvent y être liés, par le biais d'intermédiaires. La SEWA, en Inde, est un exemple d'organisation bien établie et ayant un grand nombre de membres, qui s'efforce de relier les produits de femmes

marginalisées, travaillant souvent dans le secteur informel, avec ces marchés.

Ainsi, les nouvelles approches axées sur le marché ont un grand potentiel. Il existe un marché de plus en plus grand pour l'approvisionnement auprès d'entreprises appartenant à des femmes. Malgré les ressources disponibles, le caractère nouveau de la diversité et de l'inclusivité des fournisseurs à l'extérieur des États-Unis signifie que le principe ne s'applique qu'à une échelle relativement petite. Il apparaît prioritaire de documenter et de comparer les expériences des divers pays et secteurs industriels.

⁶⁰ Walmart (2014). Jenny Grieser, Kara Valikai, Karina Temirbulatova, Tim Wright, The Urban Institute, le 17 mai 2016. Elizabeth Vazquez soulevait, lors de la même rencontre, la difficulté pour les entrepreneures d'accroître leurs richesses quand elles n'en ont pas pour commencer.

6 Conclusion : Qu'est-ce qui fonctionne et qu'est-ce qui mérite d'être étudié plus à fond

Malgré un corpus croissant de données probantes, nos connaissances restent limitées quant aux méthodes les plus efficaces pour favoriser la croissance des entreprises appartenant à des femmes. La documentation montre que nous savons très peu de choses sur ce qui amène une entreprise à croître, que très peu d'entreprises deviennent grandes, et qu'il est plus efficace d'aider des entreprises à démarrer que de les aider à croître. Les entreprises appartenant à des femmes sont particulièrement affectées par le manque de connaissances.

Les obstacles auxquels font face les femmes semblent assez bien compris. Ces obstacles tendent à toucher plusieurs dimensions, à s'entrecouper et à se renforcer mutuellement, par exemple, sous l'effet des stéréotypes concernant les emplois « appropriés » pour les hommes et les femmes – des approches multisectorielles apparaissent donc nécessaires.⁶¹ Les responsabilités disproportionnellement confiées aux femmes en matière de soins non rémunérés constituent une question essentielle pour comprendre l'entrepreneuriat féminin. Il faut une attention plus soutenue pour faire croître une entreprise que pour en démarrer une, et cela risque d'être encore plus vrai pour les entreprises appartenant à des femmes.

Il nous faut plus de données, et de meilleure qualité, y compris des enquêtes sur la population active et auprès des entreprises.

Même si nous avons une compréhension générale des obstacles auxquels les femmes font face, les données sont insuffisantes. Celles-ci sont essentielles pour les efforts d'analyse et de sensibilisation, pour orienter des efforts particuliers, en matière d'approvisionnement par exemple, et même pour améliorer la filière pour les entreprises souhaitant travailler avec des entreprises appartenant à des femmes. Parmi les besoins en matière de données, notons la nécessité d'améliorer les enquêtes sur la population active et auprès des entreprises. Étant donné que l'entrepreneuriat féminin est grandement affecté par les rôles multiples des femmes,



ASIAN DEVELOPMENT BANK

il apparaît important d'obtenir des données et des études longitudinales sur les stratégies des femmes sur le marché du travail tout au long du cycle de vie. Bien sûr, les entrepreneures sont loin de former un ensemble homogène, et les obstacles et les choix qui se présentent à elles semblent différer d'après la classe sociale à laquelle elles appartiennent. Une meilleure compréhension de la forme que ceux-ci prennent dans chaque contexte et de leur influence sur les « préférences » des entrepreneures reste importante.

Les paramètres de réussite des entrepreneures et les hypothèses sur la rationalité sont nécessaires pour assurer que nous mesurons correctement les possibilités et les résultats. Les réactions des femmes aux occasions qui se présentent vont souvent différer de celles des hommes. De fait, une documentation limitée, mais grandissante, traite des possibilités inhérentes aux différentes façons de faire des affaires. Les recherches montrent que les comportements d'affaires des femmes, notamment en matière de prêts et d'investissements, sont différents de ceux des hommes, en partie à cause de leurs plus lourdes responsabilités familiales.

⁶¹ Chakravarty et coll. (2016), entre autres, affirment que les programmes qui s'attaquent à plusieurs obstacles simultanément sont les plus prometteurs (ils mentionnent un projet de la Banque mondiale au Libéria, les programmes d'espaces

sécuritaires, et les programmes de clubs pour les filles organisés avec le BRAC). Les données probantes sur les approches multisectorielles sont toutefois moins abondantes.

La plupart des données rigoureuses dont nous disposons concernent les programmes qui offrent des services directs aux plus démunis. Elles montrent qu'il n'y a pas de solution miracle : financement, services ou technologies, toutes ces solutions peuvent aider les entrepreneures. Par elles-mêmes, toutefois, elles font très peu pour améliorer les perspectives de croissance à long terme des entreprises appartenant à des femmes. Les petits impacts variés mis au jour par des études rigoureuses sur le financement et la formation restent un signe positif, et les données réunies de façon systématique aident à s'assurer que le soutien tient compte des besoins particuliers et des aspirations des entrepreneures dans leur contexte précis. Le constat que « d'autres facteurs » ont aussi un rôle à jouer ne devrait pas nous décourager; la mise en place effective de l'égalité entre les sexes est un processus de longue haleine. Les données sur la façon dont de petites innovations peuvent provoquer de petits changements (par exemple, la confidentialité des comptes d'épargne des femmes, les programmes de formation soigneusement adaptés au contexte) sont essentielles à cet égard.

Étant donné la nature interreliée des obstacles qui se posent aux femmes, il est d'autant plus crucial de lutter pour changer les politiques et les institutions. Des travaux récents

de la Banque mondiale montrent que les lois peuvent être changées et le sont effectivement, et il existe des exemples de partenariats avec des organismes d'approvisionnement qui ont permis de favoriser l'égalité des chances. De tels efforts sont nécessaires pour consolider les gains obtenus en offrant de la formation aux petites entreprises. Les lois et les normes sociales changent lentement, mais le plaidoyer en faveur de l'autonomisation se fait de plus en plus entendre.

Les programmes des acteurs du secteur privé ont connu une expansion, de même que les fondations qui soutiennent l'égalité des sexes et font la promotion des entreprises appartenant à des femmes. Pour l'instant, peu de données sont disponibles permettant de déterminer les efforts qui fonctionnent le mieux, sauf certaines exceptions intéressantes comme l'initiative de Walmart (2014), qui démontre, entre autres, que les multiples obstacles auxquels font face les femmes sont tout aussi importants – peut-être même davantage – dans les approches axées sur le marché. Comme ces nouvelles initiatives semblent atteindre une masse critique, des efforts concertés pour tirer des enseignements de ces expériences apparaissent nécessaires. Dans de nombreux cas, de meilleures données et des mesures plus claires et plus faciles à comparer seraient essentielles.

Références

- ACDI (2003). Égalité entre les sexes et renforcement des capacités liées aux commerces : Outil de référence pour les intervenants. Accès : [http://www.acdi-cida.gc.ca/INET/IMAGES.NSF/vLUIImages/Policy/\\$file/Renforcement%20des%20capacit%C3%A9s%20li%C3%A9es%20au%20commerce.pdf](http://www.acdi-cida.gc.ca/INET/IMAGES.NSF/vLUIImages/Policy/$file/Renforcement%20des%20capacit%C3%A9s%20li%C3%A9es%20au%20commerce.pdf) (consulté en 2015).
- ADB (2016). *How Inclusive is Inclusive Business for Women? Examples from Asian and Latin America*. Accès : <http://www.adb.org/sites/default/files/publication/183942/inclusivebusinesswomen.pdf> (consulté le 26 mai 2016).
- Aidis, R., Weeks, J., Anacker, K. (2015). *The Global Women Entrepreneur Leaders Scorecard 2015: From Awareness to Action*, ACG Inc. Accès : <http://www.dell.ca/learn/us/en/19/corporate~secure~en/documents~2015gwelscorecardexecutivesummary.pdf> (consulté le 26 mai 2016).
- Amin, M. (2014). « The Critical Importance of Data Collection Efforts in Developing Countries: The Case of Gender ». Accès : <http://www.enterprisesurveys.org/~media/GIAWB/EnterpriseSurveys/Documents/EnterpriseNotes/Gender-31.pdf> (consulté le 27 mai 2016).
- Asia Foundation (2013). *Access to Trade and Growth of Women's SMEs in APEC Developing Economies: Evaluating Business Environments in Malaysia, Philippines and Thailand*. Février 2013. Accès : http://publications.apec.org/publication-detail.php?pub_id=1388 (consulté le 27 mai 2016).
- Babson College (2015). *Stimulating small business growth: Progress report on Goldman Sachs 10,000 small businesses*. Accès : http://www.goldmansachs.com/s/10ksbdocs/29407_Book.pdf.
- Baden, S. (2013). *Action collective des femmes : libérer le potentiel des marchés agricoles*. Un rapport de recherche d'Oxfam International.
- Bandiera, O., N. Buehren, R. Burgess, M. Goldstein, S. Gulesci, I. Rasul, Sulaiman, M. (2014). *Women's Empowerment in Action: Evidence from a Randomized Control Trial in Africa*. Londres, (Angleterre). Document de travail de l'International Growth Center.
- Banerjee, A., Duflo, E., Glennerster, R., Kinnan, C. (2013). *The Miracle of Microfinance? Evidence from a Randomized Evaluation*. Cambridge (Massachusetts) : National Bureau of Economic Research (NBER) Working Paper 18950.
- Banque mondiale (2012). *World Development Report*. Accès : <http://econ.worldbank.org/WBSITE/EXTERNAL/EXTDEC/EXTRESEARCH/EXTWDRS/EXTWDR2012/0,,contentMDK:22999750~menuPK:8154981~pagePK:64167689~piPK:64167673~theSitePK:7778063,00.html> (consulté le 26 mai 2016).
- Banque mondiale (2014). *Gender at Work*. Banque mondiale, Washington (DC). Accès : <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/17121> (consulté le 3 juin 2016).
- Banque mondiale (2015). *Women, Business, and the Law 2016: Getting to Equal*. Banque mondiale.
- Bardasi, E., Sabarwal S., Terrell, K. (2011). « How do female entrepreneurs perform? Evidence from three Developing Regions ». *Small Business Econ*, 37: 417-441.
- Barrientos, S.S. (2013). *Gender production networks: sustaining cocoa-chocolate sourcing in Ghana and India*. Document de travail n° 186 de la Brooks World Poverty Institute, Université de Manchester.
- Blattman, C., Fiala, N., Martinez, S. (2013). *Credit Constraints, Occupational Choice, and the Process of Development: Long Run Evidence from Cash Transfers in Uganda*. Accès : <http://documents.worldbank.org/curated/en/2013/08/18305314/credit-constraints-occupational-choice-process-development-long-run-evidence-cash-transfers-uganda> (consulté le 27 mai 2016).
- Boudet, A.M., Petesch, P., Turk, C., Thumala, A. (2012). *On norms and agency: Conversations about gender equality with women and men in 20 countries*, Banque mondiale. Accès : <http://documents.worldbank.org/curated/en/2012/01/17041656/norms-agency-conversations-gender-equality-women-men-20-countries> (consulté le 3 juin 2016).
- Bruhn, M., Karlan, D., Schoar, A. (2012). *The impact of consulting services on small and medium enterprises: Evidence from a randomized trial in Mexico*. Document de travail n° 100 du département d'économie de Yale, février.
- BSR (2015). *Empowering Women in Kenya's Tea Sector: Adapting HERproject to the Smallholder Farm Context*. Accès : http://www.bsr.org/reports/BSR_HERproject_Empowering_Women_in_Kenya_Tea_Sector_2015.pdf (consulté le 27 mai).
- Buvinic, M., Furst-Nichols, R. (2014). *Promoting Women's Economic Empowerment. What Works?* Document de travail de recherche sur les politiques n° 7087, Banque mondiale, Washington (DC).
- Campos, F., Gassier, M. (2016). *What are the Constraints to Women-owned Firms, What Works, What Doesn't, and What We Don't Know*. Livre blanc (ébauche), Laboratoire d'innovation pour l'égalité des sexes en Afrique, Banque mondiale. Document inédit.
- Campos, F., Goldstein, M., McKenzie, D. (2015b). *Short-Term Impacts of Formalization Assistance and a Bank Information Session on Business Registration and Access to Finance in Malawi*. Document de travail de recherche sur les politiques n° 7183, Banque mondiale, Washington (DC).
- Campos, F., et al. (2015c). *Breaking the metal ceiling: female entrepreneurs who succeed in male-dominated sectors*. Document de travail de recherche sur les politiques n° 7503, Banque mondiale, Washington (DC).

- CARE (2015). *Adding Value to Value Chains, How to unlock the povert-fighting potential of value chains*. Accès : http://insights.careinternational.org.uk/media/k2/attachments/CIUK_Adding-value-to-value-chains_Oct-2015.pdf (consulté le 27 mai 2016).
- Centre for an Urban Future (2016). *Breaking Through. Thematic White Paper on Gender and Youth Employment*. Accès : <https://nycfuture.org/pdf/Breaking-Through.pdf> (consulté le 1^{er} juin 2016).
- Chakravarty, S., Das, S., Vaillant, J. (2016). *Thematic White paper on Gender & Youth Employment*, Laboratoire d'innovation pour l'égalité des sexes. Banque mondiale. Document inédit.
- Chatterji, A.K., Chay, K.Y., Fairlie, R.W. (2013). *The Impact of City Contracting Set-Asides on Black Self-Employment and Employment*. Université de la Californie, Santa Cruz, département d'économie, Working Paper Series, février. Accès : <http://www.escholarship.org/uc/item/479755b2> (consulté le 27 mai 2016).
- Chew, Han Ei, Vigneswara Ilavarasan, P., Levy, Mark R. (2015). « The amplification effect of mobile phones on female-owned microenterprises », *Mobile Media & Communication*, septembre 2015, 3: 317-33.
- Cho, Y., Honorati, M. (2013). *Entrepreneurship programmes in developing countries: A meta regression analysis*. Document de travail de recherche sur les politiques, Banque mondiale.
- Cirera, Xavier, Qasim, Qursum (2014). *Supporting growth-oriented women entrepreneurs : a review of the evidence and key challenges*, Banque mondiale, Washington (DC). Accès : <http://documents.worldbank.org/curated/en/2014/09/20344837/supporting-growth-oriented-women-entrepreneurs-review-evidence-key-challenges>
- Croson, R., Gneezy, U. (2009). « Gender Differences in Preferences ». *Journal of Economic Literature*, 47(2): 448-74.
- Dalborg, C., Friedrichs, Y. von, Wincent, J. (2015). « Risk perception matters: why women's passion may not lead to a business start-up ». *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, vol. 7, n° 1, p. 87-104.
- DCED (2015). *Private Sector Development Synthesis Note: Women's Economic Empowerment*. Accès : <http://www.enterprise-development.org/wp-content/uploads/WEESynthesisSept15.pdf> (consulté le 27 mai 2016).
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L. (2012). *Financial Inclusion in Africa: An Overview*. Document de travail de recherche sur les politiques n° 6088. Washington, (DC) : Banque mondiale.
- Demirguc-Kunt, A., Klapper, L., Singer, D. (2013). *Financial inclusion and legal discrimination against women: Evidence from developing countries*. Document de travail de recherche sur les politiques n° 6416 Washington (DC), Banque mondiale.
- Dolan, C., Johnstone-Louis, M., Scott, L. (2012). « Shampoo, saris and SIM cards: seeking entrepreneurial futures at the bottom of the pyramid », *Gender & Development*, 20: 1, 33-47.
- Eckstein, Z., Lifshitz, O. (2011). « Dynamic Female Labor Supply ». *Econometrica*, 79(6), 1675-1726.
- Endean, Erin, Suominen, Kati (2014). *International Trends in Aid for Trade in Agriculture*. Préparé par CARANA Corporation, pour l'initiative Food Systems Innovation, un partenariat entre l'ACIAR, l'AIFSRC, la CSIRO et le DFAT.
- Field, E., et al. (2015). Accès : <http://scholar.harvard.edu/rpande/publications/friendship-work-can-peer-effects-catalyze-female-entrepreneurship>.
- Forum économique mondial (2015b). *The Global Gender Gap Report 2015*. Accès : <http://reports.weforum.org/global-gender-gap-report-2015/> (consulté le 3 juin 2016).
- Fox, L. (2016). *Will Women in Lowincome Countries Get Lost in Transformation*. ODI. Accès : <http://set.odi.org/wp-content/uploads/2015/11/Will-women-in-low-income-countries-get-lost-in-transformation-Louise-Fox.pdf> (consulté le 26 mai 2016).
- Gamberoni, Elisa, Reis, José Guilherme (2011). *Gender-Informing Aid for Trade: Entry Points and Initial Lessons Learned from the World Bank*. Banque mondiale, Washington (DC). Accès : <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/10086/635160BRI0Econ00BOX361518B00PUBLIC0.pdf?sequence=1> (consulté en 2015).
- GEDI (2014). *The Gender Global Entrepreneurship and Development Index (GEDI)*. Accès : http://i.dell.com/sites/doccontent/corporate/secure/en/Documents/Gender_GEDI_Executive_Report-2014.pdf (consulté le 27 mai 2016).
- GEM (2015). *Special Report: Women's entrepreneurship 2015*. Accès : <http://www.babson.edu/Academics/centers/blank-center/global-research/gem/Documents/GEM%202015%20Womens%20Report.pdf> (consulté le 26 mai 2016).
- GIIN (2015). *The Landscape for Impact Investing in West Africa*. Accès : <https://thegiin.org/knowledge/publication/west-africareport>.
- Giné, X., Mansuri, G. (2014). *Money or Ideas? A field experiment on constraints to entrepreneurship in rural Pakistan*. Document de travail de recherche sur les politiques no 6959, Banque mondiale, juin.
- Goldstein, M., et al. (2015). *Formalizing Rural Land Rights in West Africa. Early Evidence From a Randomized Impact Evaluation in Benin*. Document de travail de recherche sur les politiques n° 7435. Washington (DC) : Banque mondiale.
- Grimm, M., Knorringa, P., Layc, J. (2012). *Constrained gazelles: High potentials in West Africa's informal economy*. Washington (DC) : Banque mondiale.

- Hallward-Driemeier, M. (2011). *Improving the legal investment climate for women in SubSaharan Africa*. Washington (DC), Banque mondiale.
- Hallward-Driemeier, M. (2013). *Empowering Women: Legal Rights and Economic Opportunities in Africa*, SFI et Banque mondiale. Accès : <http://www.worldbank.org/en/events/2013/06/14/empowering-women-legal-rights-and-economic-opportunities-in-africa-event> (consulté le 26 mai 2016).
- Hanmer, L., Klugman, J. (2016). « *Exploring Women's Agency and Empowerment in Developing Countries: Where do we stand?* », *Feminist Economics*, 22, 1, p.23763.
- Higgins, K. (2012). *Gender dimensions of trade facilitation and logistics: A guidance note*. Washington (DC) : Banque mondiale. Accès : http://siteresources.worldbank.org/INTRANETTRADE/Resources/Pubs/Gender_Dimensions_Trade_Facilitation_Logistics_Higgins_electronic.pdf (consulté le 29 mai 2016).
- Hundley, G. (2001). « Why women earn less than men in self-employment », *Journal of Labor Research*, 22, 4, p. 817-29.
- ICRW, BSR (2016). *Building Effective Women's Economic Empowerment Strategies. Sector-Specific Opportunities and the Case for Collaboration*. Accès : <http://www.bsr.org/en/our-insights/report-view/building-effective-womens-empowerment-strategies> (consulté le 27 mai 2016).
- IFC (Société financière internationale) (2013). *Closing the Credit Gap for Formal and Informal Micro, Small, and Medium Enterprises*. Accès : <http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/4d6e6400416896c09494b79e78015671/Closing+the+Credit+Gap+Report-FinalLatest.pdf?MOD=AJPERES> (consulté le 3 juin 2016).
- IFC (Société financière internationale) (2013). *Establishing a Baseline for Lending to Women-Owned SMEs among IFC-Financed Financial Institutions*. Consulté le 1^{er} juin 2016. Accès : http://www.ifc.org/wps/wcm/connect/d94af5004efbe3b18f07cf3eac88a2f8/IFC_Factsheet_Gender_Baseline_Brief.pdf?MOD=AJPERES.
- ITC (Centre du commerce international) (2014). *L'autonomisation des femmes par le biais de marchés publics*, ITC, Genève. Accès : <http://www.intracen.org/publication/L-autonomisation-des-femmes-par-le-biais-de-marches-publics/> (consulté le 26 mai 2016).
- ITC (Centre du commerce international) (2014b). *L'ITC appelle les gouvernements à augmenter l'octroi des marchés publics aux femmes commerçantes*. Accès : <http://www.intracen.org/nouvelles/ITC-urges-governments-to-increase-public-procurement-from-women-vendors-en/> (consulté le 1^{er} juin 2016).
- ITC (Centre du commerce international) (2015). *Libérer l'accès des femmes entrepreneurs aux marchés*. Accès : http://www.intracen.org/uploadedFiles/intracenorg/Content/Publications/Women_Entrepreneurs_French%20lo-res.pdf (consulté le 1^{er} juin 2016).
- Johnson, N., et al. (2013). « The Importance of Gender in a "Gender Blind" Asset Transfer Program: Lessons from Dairy Development in Mozambique ». Gender, Agriculture, & Assets Project, GAAP Note, ILRI.
- Kantis, H., Angelelli, P., Koenig, V.P. (2005). *Developing Entrepreneurship: Experience in Latin America and Worldwide*, IADB/Fundes International, Washington (DC).
- Karlan, D., Valdivia, M. (2011). « Teaching Entrepreneurship: Impact of Business Training on Microfinance Clients and Institutions ». *Review of Economics and Statistics*, vol. 93, n° 2, p. 510527.
- Kauffman Foundation (2009). *Sources of Financing for New Technology Firms: A Comparison by Gender*. Accès : http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2009/08/sources_of_financing_for_new_technology_firms.pdf (consulté le 1^{er} juin 2016).
- Kauffman Foundation (2010). *Are Successful Women Entrepreneurs Different From Men?* Accès : http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/research%20reports%20and%20covers/2009/07/successful_women_entrepreneurs_510.pdf (consulté le 1^{er} juin 2016).
- Kauffman Foundation (2015). *Women Entrepreneurs are Key to accelerating Growth*. Accès : http://www.kauffman.org/~media/kauffman_org/resources/2015/entrepreneurship%20policy%20digest/july%202015/women_entrepreneurs_are_key_to_accelerating_growth.pdf (consulté le 28 mai 2016).
- Kaufman, A. (2014). « The Startling Statistics That Prove Venture Capitalists Are More Likely To Fund White Males Over Minorities And Women ». *Elite Daily*. Accès : <http://elitedaily.com/money/venture-capitalists-still-overwhelmingly-fund-white-male-entrepreneurs-minorities-women/> (consulté le 1^{er} juin 2016).
- Kevane, M., Wydick, B. (2001). « Social Norms and the Time Allocation of Women's Labor in Burkina Faso », *Review of Development Economics*, 5: 119129.
- Kirton, R.M. (2013). *Gender, Trade and Public Procurement Policy*. Kenya, Inde, Australie, Jamaïque; The Commonwealth, Londres. Accès : <http://thecommonwealth.org/sites/default/files/news-items/documents/Gender,%20Trade%20and%20Public%20Procurement%20Policy.pdf> (consulté le 27 mai 2016).
- Klapper, L.F., Parker, S.C. (2011). « Gender and the Business Environment for New Firm Creation ». *World Bank Research Observer*, vol. 26, n° 2.

- Klugman, J., Gamberoni, E. (2012). « Gender and Trade: A Fresh Look at the Evidence ». *International Trade Forum Magazine*.
- Mayoux, L.L. (2012). « Gender mainstreaming in value chain development: experience with Gender Action Learning System in Uganda ». *Enterprise Development & Microfinance*, 23(4), 319-337.
- McKenzie, D., Woodruff, C. (2014). « What are we learning from business training evaluations around the developing world? ». *World Bank Research Observer*, 29(1): 48-82.
- McKinsey Global Institute (MGI). (2015a). *The power of parity: How advancing women's equality can add \$12 trillion to global growth*. Accès : <http://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/how-advancing-womens-equality-can-add-1-trillion-to-global-growth> (consulté le 27 mai 2016).
- McKinsey Global Institute (2015b). *The power of parity: how advancing women's equality can add \$12 trillion to growth*. Accès : <http://www.mckinsey.com/global-themes/employment-and-growth/the-power-of-parity-advancing-womens-equality-in-india> (consulté le 27 mai).
- Mel, S. de, McKenzie, D., Woodruff, C. (2009). « Are women more credit constrained? Experimental evidence on gender and microenterprise returns ». *Am. Econ. J. Appl. Econ.*, 1 (3), 1-32.
- Mel, S. de, McKenzie, D., Woodruff, C. (2014). « Business training and female enterprise startup, growth, and dynamics: Experience evidence from Sri Lanka ». *Journal of Development Economics*, vol. 106, p. 199-210.
- Miller, C.C. (2016). « What It's Really Like to Risk It All in Silicon Valley ». *NYTimes*. Accès : http://www.nytimes.com/2016/02/28/upshot/what-its-really-like-to-risk-it-all-in-silicon-valley.html?_r=1. (consulté le 1^{er} juin 2016).
- Ministère des Affaires étrangères des Pays-Bas (2011). *Improving Food Security. A systematic review of the impact of interventions in agricultural production, value chains, market regulation, and land security*. Accès : http://www.food-security.nl/sites/default/files/resource/iob_study_minbuza_improving_food_security.pdf (consulté le 3 juin 2016).
- Nagler, P., Naudé, W. (2014). *Labor Productivity in African Rural Enterprises: Empirical Evidence from the LSMS-ISA*, IZA DP No. 8524. Accès : <http://ftp.iza.org/dp8524.pdf> (consulté le 28 mai 2016).
- Naudé, W., M. Minniti, M. (2011). *Examining the Entrepreneur Gender Gap*. Accès : <http://unu.edu/publications/articles/examining-entrepreneur-gender-gap.html#info> (consulté le 28 mai 2016).
- Njuki, J., et al. (2011). *Gender, assets, and agricultural development programs*. Accès : <https://cgspace.cgiar.org/bitstream/handle/10568/12520/capriwp99.pdf?sequence=2> (consulté le 26 mai 2011).
- OCDE, CRDI (2013). *New Entrepreneurs and High Performance Enterprises in the Middle East and North Africa*. Paris. Accès : http://www.oecdilibrary.org/industry-and-services/new-entrepreneurs-and-high-performance-enterprises-in-the-middle-east-and-north-africa_9789264179196-en (consulté le 27 mai 2016).
- OIT (2015). *Women in Business and Management Gaining Momentum*, OIT, Genève. Accès : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_334882.pdf.
- OIT (2016). OIT: *D'importantes disparités subsistent entre hommes et femmes sur les marchés du travail dans le monde*. OIT info. Accès : http://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_457268/lang--fr/index.htm (consulté le 26 mai).
- ONU (2015). *The world's women 2015 trends and statistics*, UN stats. Accès : http://unstats.un.org/unsd/gender/downloads/WorldsWomen2015_report.pdf (consulté le 1^{er} juin 2016).
- Orser, Barbara, Elliott, Catherine. (2015). *Feminine Capital. Unlocking the Power of Women Entrepreneurs*, Stanford Business Books, Stanford.
- O'Sullivan, M. (2016) *Thematic White Paper on Gender & Property Rights*. Laboratoire d'innovation pour l'égalité des sexes, Banque mondiale.
- Piza, C., et al. (2016). *The Impact of Business Support Services for Small and Medium Enterprises on Firm Performance in Low and Middle-Income Countries: A Systematic Review*. Accès : <http://campbellcollaboration.org/lib/project/284/>. (consulté le 27 mai 2016).
- Pozarny, P. (2016). « Trade Promotion of FemaleOwned and/or Managed Small and Medium Enterprises ». *Helpdesk Research Report*, GSDRC. Accès : <http://www.gsdr.org/publications/trade-promotion-of-female-owned-an-or-managed-small-and-medium-enterprises/> (consulté le 29 mai 2016).
- Rockefeller Foundation (2015). *A Winning Formula for Advancing Women-Owned Businesses in New Markets*.
- Rubin, Deborah, Manfre, Cristina (2014). « Promoting Gender-Equitable Agricultural Value Chains: Issues, Opportunities, and Next Steps », dans Quisumbing, A., et al. (éd). *Gender in Agriculture. Closing the Knowledge Gap*, Springer, p. 287314.

- Scott, E.P. (1995). « Homebased Industries: an Alternative Strategy for Household Security in Rural Zimbabwe », *Journal of Developing Areas*, 29 (2): 183-212.
- Scott, L., Steinfeld, L., Dolan, C. (2014). *Women's Empowerment through Access to Markets. Katchy Collections, Nairobi, Kenya*, Said Business School, Université Oxford.
- Simavi, S., Manuel, C., Blackden, M. (2010). *Gender Dimensions of Investment Climate Reform. A Guide for Policy Makers and Practitioners*, Banque mondiale.
- Stewart, R., van Rooyen, C., de Wet, T. (2012). Do micro-credit, micro-savings and micro-leasing serve as effective financial inclusion interventions enabling poor people, and especially women, to engage in meaningful economic opportunities in LMICs?, EPPI-Centre, Social Science Research.
- Tallontire, A.A., Dolan, C.C., Smith, S.S., Barrientos, S.S. (2005). « Reaching the marginalised? Gender value chains and ethical trade in African horticulture ». *Development In Practice*, 15(3/4), 559-571.
- Taylor, G., Perezniето, P. (2014). *Review of evaluation approaches and methods used by interventions on women and girls' economic empowerment*. Accès : <http://www.odi.org/publications/8275-review-evaluation-approaches-methods-used-by-interventions-women-girls-economic-empowerment> (consulté le 26 mai 2016).
- TechCrunch (2016). *Crunchbase women in venture report*. Accès : <http://techcrunch.com/2016/04/19/the-first-comprehensive-study-on-women-in-venture-capital/> (consulté le 1^{er} juin 2016).
- United Nations Foundation, ExxonMobil (2014). *A Roadmap for Promoting Women's Economic Empowerment*. Accès : http://www.womeneconroadmap.org/sites/default/files/WEE_Roadmap_Report_Final.pdf (consulté le 27 mai 2016).
- UNCTAD (2004). *Opportunities and Challenges for Developing Countries*. Accès : http://unctad.org/en/docs/edm20042_en.pdf (consulté le 1^{er} juin 2016).
- UNCTAD (2009). *Mainstreaming Gender in Trade Policy*. Note du secrétariat du CNUCED, Genève.
- UNCTAD (2014). *Empowering Women Entrepreneurs through Information and Communication Technologies – A Practical Guide*. Accès : http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/dt1stict2013d2_en.pdf (consulté le 3 juin 2016).
- US Chamber of Commerce Foundation (2014). *From Millions to Billions: Scaling Up Women's Empowerment Globally*.
- USAID (2009). *Promoting Gender Equitable Opportunities in Agricultural Value Chains: A Handbook*, Washington (DC).
- USAID (2015). *Integrating Gender into Trade Capacity-Building Programs in the Middle East and Asia*. Accès : http://www.chemonics.com/OurWork/OurProjects/Documents/Integrating_Gender_into_Trade_Capacity_Building_Programs_Report.pdf (consulté le 27 mai 2016).
- Valdivia, Martin (2015). « Business training plus for female entrepreneurship? Short and medium-term experimental evidence from Peru », *Journal of Development Economics*, vol. 113, p. 33-51.
- Van de Walle, D. (2011). *Lasting Welfare Effects of Widowhood in a Poor Country*. Document de travail de recherche sur les politiques n° 5734, Banque mondiale.
- Vazquez, Elizabeth (2016). « Social Impact of Buying from Women ». *Philanthropy Impact*, 16 mars. Accès : <http://www.philanthropy-impact.org/article/social-impact-buying-women>.
- Vazquez, E, Sherman, A. (2013). *Buying For Impact: How to Buy From Women and Change Our World*. Accès : <http://weconnectinternational.org/en/how-to-buy-from-women-and-change-our-world> (consulté le 27 mai 2016).
- Vossenberг, S. (2016). *Gender-Aware Women's Entrepreneurship for Inclusive Development in SubSaharan Africa*. INCLUDE, Gender Resource Facility.
- Walmart (2016). *Global Responsibility Report*. Accès : <http://corporate.walmart.com/global-responsibility/global-responsibility-report> (consulté le 26 mai 2016).
- Wiggins, S., Keats, S. (2013). *Leaping and learning; linking smallholders to markets*. Accès : <https://www.odi.org/sites/odi.org.uk/files/odi-assets/publications-opinion-files/8401.pdf> (consulté le 27 mai 2016).
- Woodruff, C. (2015). *Entrepreneurship, Firms and Growth in LICs: What are we learning about enterprise dynamics?* Accès : <http://www1.wider.unu.edu/30thanniversary/sites/default/files/LGA/Woodruff.pdf> (consulté le 1^{er} juin 2016).